



24Kitchen е водещ кулинарен бранд, разработен от FOX Networks Group Europe and Africa. Каналът е насочен към зрители от всички възрасти, които биха искали да подобрят знанията и уменията си в кухнята. Чрез богата, интересна и забавна програма, включваща както локални, така и международни предавания, 24Kitchen показва най-добрите световни готвачи, дава изява на местни таланти и вдъхновява аудиторията си да се наслаждава на свежа и разнообразна храна.

Пазар

24Kitchen е телевизионен проект на FOX Networks Group за Европа. Основан през 2011 г. от FNG Venelux, каналът бързо разраства дистрибуцията си и в Холандия, Португалия, България и целия Балкански регион, както и във Финландия и Турция. На българския пазар започва излъчване през 2012 г. Оттогава марката се развива последователно и се превръща във водещ телевизионен бранд в своята категория. Воден от основната си мисия да осигури на лоялната си аудитория повече възможности да готви умно, за да живее по-добре, каналът се разгръща и в други платформи – специализиран уебсайт 24Kitchen.bg, мобилна апликация „Рецепта на деня“, събития и кулинарни демонстрации.

Каналът е създаден, за да отговори на нарастващия интерес на европейците да приготвят храната си сами, да поставят на все по-приоритетно място качеството на продуктите и пълноценното време със семейството. Разбира се, 24Kitchen следва покачващата се гледаемост на кулинарни предавания по телевизията. 24Kitchen споделя загрижеността на хората за качеството на продуктите и здравето им и предлага информация и идеи не само за целесъобразен начин на хранене, но и за цялостен стил на живот.



Богатото портфолио от продукции, представяни по 24Kitchen, включва емблематични за кулинарията световноизвестни лица като Джейми Оливър – „Домашна кухня с Джейми Оливър“, „Джейми Оливър – кулинарна революция“, „Вкусотиите на Оливър“, „Бойният клуб на Джейми и Джими“, „Кулинарното бягство на Джейми“, „Вкусът на Великобритания с Джейми“ и други, както и Антъни Бурдейн с приключенско-кулинарните предавания „Антъни Бурдейн: Без задръжки“ и „В ритъма на Антъни Бурдейн“. Към звездния набор от майстор-готвачи се присъединява в годините познатият с пламенния си нрав и изкусни бляга Гордън Рамзи с предавания като „Домашните рецепти на Гордън Рамзи“ и холандският виртуоз в кухнята Рудолф ван Веен – водещ на „Вкусът на живота“, „Пекарната на Рудолф“, „Лесни рецепти“, „По пътя на виното“ и други.

Каналът обогатява многообразната си програма, като залага и на висококачествени локални продукции и проекти, с които дава изява на местни таланти. 24Kitchen застава зад предавания, които представят пред по-широка публика сръбския млад готвач Ненаг Величковиц („Вкусно с Ненаг“), българската кулинарна блогърка Йоланта Делибозова – Йоли („Домашните рецепти на Йоли“), и харизматичния словенец Примож Долничар („От градината на масата“). През 2017 г. каналът ще реализира още един български проект с атрактивна визия и новаторска мисия.

За петте години присъствие на българския пазар 24Kitchen извоюва лоялна аудитория, висока разпознаваемост и доверие сред зрителите и ценителите на вкусната храна.

През 2016 г. 24Kitchen достига до 62% от домакинствата в страната, като средномесечната посещаемост на канала е 1 512 191 зрители. Значителна част от аудиторията са жени (69%), като най-активни са зрителките във възрастова група 35–49 г. 24Kitchen привлича основно модерната градска жена с висок стандарт (по данни на Nielsen Admosphere).



Постижения на марката

24Kitchen заема водеща позиция сред лайфстайл каналите в България по разпознаваемост и се е превърнал в доверена марка за зрителите, търсещи актуална информация за кулинарни тенденции и съвети за лесно приготвяне на свежа и вкусна храна.

През 2016 и 2017 г. той се нарежда в Топ 5 на най-гледаните канали в България при жените във възрастова група 18–34 г. в часови пояс 13–16 часа и е най-гледаният платен канал в същия часови пояс при жените във възрастова група 18–49 г. в столицата (по данни на Nielsen Admosphere).

Брандът успява да обедини едни от най-известните и обичани таланти както на световно, така и на регионално ниво. Посланията и лицата на 24Kitchen привличат активна аудитория и дават уникални възможности за общуване с нея на други брандове – партньори и рекламодатели.

По инициатива на 24Kitchen през 2014 г. българските фенове имат удоволствието да се наслаждат на живо на магията, която Рудолф ван Веен създава в кухнята. Едно от най-любимите лица на телевизионния канал готви пред над 2500 души, като включва в селекцията от ястия таратор и традиционна българска баница.

Знаете ли, че...

- През 2014 г. 750 деца готвят заедно в София по време на Food Revolution Day, организиран от 24Kitchen. Представителството на ЕК в България и „Евро-Ток България“.
- Преди да стане световноизвестен в кулинарните среди и познато лице от екрана на 24Kitchen, Гордън Рамзи се е занимавал с футбол.



През годините каналът успешно развива цялостното си онлайн присъствие, като обръща особено внимание на представянето си в социалните мрежи и общуването с потребители там. Понастоящем профилът на 24Kitchen във Facebook наброява над 121 000 и почти толкова последователи. Специализираният уебсайт на канала е най-посещаваният сред сайтовете на FNG. Средно над 60 000 уникални потребители се възползват всеки месец от богатото съдържание, предоставяно от канала там.



Продуктът

Основната мисия на продуктите, реализирани и излъчвани от 24Kitchen, е да подкрепят и комуникират чрез съдържанието си философията на канала – Cook smart. Live better. („Готви умно. Живей по-добре“). Каналът предлага на зрителите си богато портфолио от предавания за всички аспекти на храната и готвенето в контекста на целесъобразния начин на живот.

Програмите показват свежи продукти, здравословна обработка и разумно хранене. Готвачите на 24Kitchen са сред най-популярните световни и местни имена. Те предлагат важни и любопитни факти, вкусни съставки, аромати, комбинации от цял свят и най-доброто от местната традиция.

Всяка една от продуктите е внимателно подбрана и съдържанието ѝ е съобразено с високия програмнен стандарт и концепция на канала. Кулинарният и лайфстайл канал съвместява в себе си развлекателни, но и информативни предавания, насочени както към широката аудитория, така към изкушените професионалисти и жадните за експерименти гурме ентузиастасти.



и превръщат в реално време. Мобилното приложение има средно над 1300 потребители на месец за периода 2016–2017 г., като до момента е свалено над 32 000 пъти.

Уебсайтът и профилът на канала в социалните мрежи също имат голяма роля в съвременното развитие на бранда и в общуването му с аудиторията.

Промоция

24Kitchen развива и обогатява маркетинговата си стратегия в съзвучие с тенденциите в потребителското поведение и пазарните иновации. Инициативите, които брандът реализира през годините, целят да приобщат аудиторията към мисията на канала и да създадат близка връзка и споделено изживяване.

Знаете ли, че...

- Рудолф ван Веен, водещ на предаването „Пекарната на Рудолф“, е основател на националния отбор по сладкарство на Холандия.
- Едно от най-популярните балкански лица на 24Kitchen – Примож Долничар, освен готвач е и създател. Той сам е изработил всички мебели за първия си ресторант.

инициативи с мисия и социално значение. Тези проекти кореспондират с посланията за по-добър живот чрез добрата храна, които каналът комуникира в ефира си.

През последните четири години 24Kitchen ежегодно се включва в глобалната инициатива на Джейми Оливър Food Revolution Day, като активно ангажира деца, техните родители и останалата част от зрителите в мисията на кампанията – да разберат огромното значение на прясната и здравословна храна и да развият уменията си да я приготвят сами.

Инициативата набира все по-голяма популярност, като вече се реализира в над 100 страни по цял свят и продължава да се развива и вдъхновява.

Съременно развитие

В допълнение на стратегията си да предлага на аудиторията програма с безкомпромисно телевизионно качество и съдържание 24Kitchen разширява темите и броя на локалните продукции, които подкрепя и създава. Есенният телевизионен сезон ще зарадва зрителите с изявен интерес към съвременната балканска кухня и градска култура.

Освен програмното развитие на бранда през годините 24Kitchen предлага на аудиторията си и нови начини за достъп до съдържанието на канала. Тези предложения идват в отговор на постоянно еволюиращата дигитална среда и промените в потребителското поведение, които неизменно я съпътстват.

За още по-завладяващо потребителско изживяване програмата на 24Kitchen се предлага чрез кабелните оператори в страната и в HD вариант.

Марката предоставя и богат набор от кулинарни идеи и атрактивни рецепти, които могат да станат част от всяко домашно меню с изключително лесното и функционално мобилно приложение 24Kitchen „Рецепта на деня“. Апликацията се обновява с ново предложение ежедневно, а потребителите разполагат с пълната информация, необходима за прилагането на рецептите в домашна обстановка, както и възможност да споделят

Поредица от вълнуващи събития и кампании с ексклузивни награди са част от активностите, с които лайфстайл каналът успява ефективно да ангажира и вдъхнови своите съмишленици.

По време на коледна работилница, организирана със съдействието на IKEA, малки и големи готвачи заедно, опитаха коледни вкусотии и получиха автограф от популярните лица на канала Йоли и Ненаг. Вълнуващото посещение на изкусния сладкар Рудолф ван Веен в България бе съпроводено от възможността победителите в предварителен конкурс да готвят рамо до рамо с популярния шеф.

В едно от предизвикателствата си към публиката – „Кулинарни магьосници“, 24Kitchen осигури на победителите изключително рядката възможност да посетят ресторанта Dinner by Heston, притежаващ две звезди „Мишлен“, собственост на Хестън Блуентал – един от най-забележителните английски готвачи, звезда на 24Kitchen и прочут по цял свят последовател на течението „молекулярна гастрономия“.

Друга инициатива на канала отведе зрителите кулинари на гастропътешествие в Истанбул, включващо дегустация на вина, ароматни ястия и спираща дъха гледка към Босфора.

Освен маркетинговите комуникационни проекти, чрез които брандът взаимодейства с аудиторията, той се фокусира и върху

Кулинарният канал съвместно с Детски научен център „Музейко“ организира и поредица от безплатни работилници, чрез които дава възможност на деца да усвоят основни готварски умения от известния кулинарен талант Дарин Стойков. Заедно с практическите знания, които децата придобиват относно готвенето, 24Kitchen цели да възпита у тях и позитивно отношение към качествената свежа храна.

Ценности на марката

24Kitchen е кулинарен канал с ясна мисия: „Готви умно, живей по-добре“. Той предоставя на любителите на кулинарни приключения забавление и информация, ценен опит и вдъхновение. 24Kitchen трансформира ежедневното готвене в творчески процес и запомнящо се преживяване за цялото семейство, в наслада от качествената, пряко приготвена храна, споделена с близки и приятели. Брандът подкрепя разнообразното хранене и здравословен начин на живот, като мотивира аудиторията си да експериментира с нови храни и продукти.

Стремешът на 24Kitchen е да предоставя на зрителите си актуална, надеждна информация и качествено телевизионно съдържание.

Не е нужно да си професионален готвач, за да се насладиш на 24Kitchen. Тук готвенето е забавно, приятно и лесно!

История

