



Смелый, молодежный, прогрессивный канал ТНТ входит в пятерку крупнейших телеканалов России. Он демонстрирует устойчивый рост аудитории, доходов и новых региональных станций, и по-прежнему является самым быстрорастущим каналом.

ТНТ уже несколько лет - безусловный лидер российского телевидения в жанре реалити. Канал не только импортирует и адаптирует лучшие мировые программы («Кандидат», «Клуб бывших жен», «Голые стены», «Няня спешит на помощь»), производит свои («Дом-2», «Правила съема»), и даже экспортирует их. Продажа формата «Дом-2» компании Sony Pictures Television International стало сенсацией 2005 года: впервые транснациональный медиагигант купил российский реалити-продукт.



В 2006 году ТНТ обновил промостиль и устроил мощную рекламную кампанию, выразив направление своего дальнейшего развития – «Про любовь», «Про жизнь» и «Смешной». Эти три сущности являются знаковыми для ТНТ, и отвечают потребностям аудитории канала.

«Про жизнь» - проекты, созданные на стыке жанров реалити и первоклассной документалистики. Каждый день - программы о реальных людях, о том, как менять свою жизнь к лучшему, делать карьеру, зарабатывать деньги, находить любовь и друзей. ТНТ приобрел более 20 самых успешных мировых форматов реалити-шоу - все хиты, созданные за многие годы десятками каналов в разных странах.



«Про любовь» - «Дом-2, программа о том, как найти свою любовь, оказалось сверхвостребованной новым поколением – проект продолжается, развивается и рейтинги его стабильно высоки

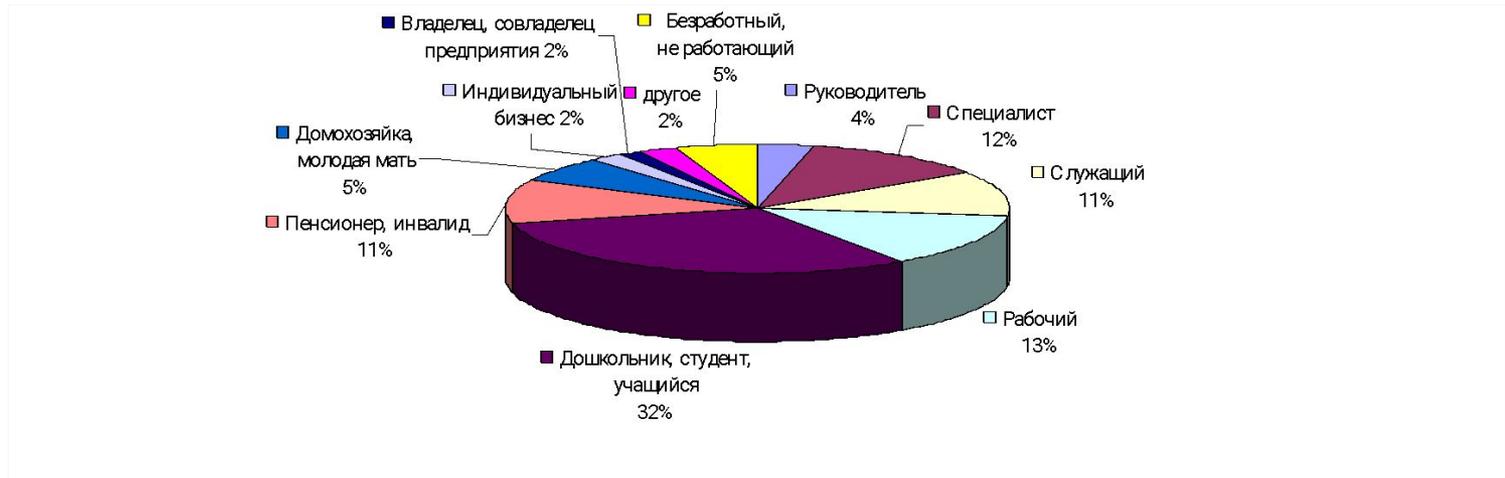
ТНТ - прогрессивный канал, который идет в ногу со временем и даже слегка его опережает, смело используя новые технологии. Телеканал и все основные проекты имеют не только свои WEB-сайты с лидирующими показателями по количеству аудитории, но и WAP-представительства, на сайте wap.dom2.ru можно даже смотреть 24-х-часовую трансляцию из «Дома-2». Стоит ли еще раз говорить, что ТНТ – лидер российского интерактивного телевидения. Сегодня мы используем все возможные, из достаточно распространенных, способов коммуникации с нашей аудиторией: SMS, MMS, WAP, WEB, IVR. Новый актуальный проект – «Дом-3 online» в сети Интернет.



«Смешной» - ТНТ активно развивает комедийное направление, собрав самую большую коллекцию комедий со всего мира, которая постоянно обновляется хитами мирового кинематографа. Снимаются свои комедийные проекты, которые показывают высокие рейтинги - «Комеди Клуб», «Наша Russia», «Женская лига», «Счастливы вместе»,
и это только начало.



Аудитория канала ТНТ



В 2006 году количество собственных станций телеканала ТНТ увеличилось до 19. Аудитория канала сейчас составляет 95,5 млн. зрителей. Телесеть сотрудничает с 489 партнерами (из них 320 – эфирных, и 169 – кабельных) в 860 городах и 79 регионах.

С региональными станциями ТНТ выстраивает партнерские отношения, предлагая выгодные условия сотрудничества: 5,5 часов для собственного программирования и сохранение в сетке местных рейтинговых программ. Подобная стратегия позволяет поддерживать качественный продукт и сохранять уникальность регионального СМИ.

С 1 января 2007 года телеканал ТНТ передает управление продажами региональной рекламы РА «Алькасар». Это позволит развить существующую систему продаж ТНТ в регионах и повысить их эффективность.



- В 2003 году дизайн программы «Москва, инструкция по применению», созданный «ТНТ-дизайн», стал финалистом международного конкурса «Promax/BDA» в номинации «Лучший дизайн логотипа». («Best Original Logo Design»).
- В 2005 году на конкурсе «Promax UK Awards» в Лондоне в номинации «Лучшее промо на иностранном языке» золотой статуэткой был награжден телевизионный ролик ТНТ «Голод. Сосиска» - «Sausage».
- В 2005 году на самом важном российском конкурсе промоушна и дизайна «Облик телеканала» ТНТ взял 7 призов – больше, чем любой другой канал. Первые места ТНТ получил за промо-кампанию и лучший дизайн «упаковки» шоу «Большой брат» и за лучшую печатную и наружную рекламу шоу «ДОМ-2. Зимовка».
- В 2006 году на конкурсе «Promax/BDA European Awards» в Вене «ТНТ-дизайн» получил золото за разработку корпоративных новогодних сувениров. («Best Collateral Material: New Year's Souvenirs»).

- В 2006 году – Promax/BDA World Design Awards 2006 в Нью-Йорке телеканал ТНТ собрал 9 наград. Из них три золотые статуэтки ТНТ получил за наружную рекламу шоу «Офис», актуальный дизайн рекламной кампании шоу «Большой брат» и новогоднюю печатную продукцию.
- В 2006 году «Клуб телепрессы», объединяющий телекритиков ведущих изданий и радиостанций, вручил телеканалу ТНТ специальный «Приз телепрессы» - «За обучающие, просветительские шоу практического назначения» («Офис», «Кандидат», «Капитал»).
- В 2006 году на конкурсе «Облик телеканала» ТНТ удостоился высшей награды в области печатной и наружной рекламы за тематический печатный пакет «Свежие программы 20.00». Второе и третье места в этой номинации также достались ТНТ – за имиджевую кампанию канала («ТНТ про любовь, ТНТ про жизнь, ТНТ смешной») и печатный пакет «Линейка 20.00». ТНТ также взял серебро за эфирный промоушн спецсобытий (ролик акции «Джеки Чан. 5 комедий») и промо-ролик «Свежие программы», а также две бронзовые награды.

Генеральный директор телеканала ТНТ Роман Петренко – многократный лауреат премии «Медиаменеджер России». В 2002 году он получил награду в номинации «Электронные СМИ», в 2004 году - в номинации «Телевидение», а в 2005 году его работа была отмечена в специальной номинации. В 2002 году медиажурналистами и телекритиками Роман Петренко признан «Персоной сезона» - «За профессиональное управление телевизионным каналом». Роман Петренко является академиком Академии российского телевидения и вице-президентом Национальной ассоциации телерадиовещателей (НАТ).

