

„Пари“ е модерен и авторитетен вестник, предназначен за предприемчивите и инициативните хора в България. Той е първият и единствен всекидневник за бизнес и финанси у нас. От 2005 г. „Пари“ е част от шведската издателска група Bonnier, което утвърди традиционно силната лидерска позиция на изданието.



## ПАЗАР

Вестник „Пари“ е първият български бизнес всекидневник. Той е и първият вестник у нас с електронно издание (www.pari.bg съществува от 1996 г.), както и със страницата на английски език.

Аудиторията на вестника има специфичен облик. 60% от читателите му се занимават професионално с икономика и финанси, а повече от една четвърт имат собствен бизнес. По-голямата част заемат мениджърска позиция – 41,2%. Това се отнася за всички длъжности от средно до високо мениджърско равнище в компаниите, т. е. това са хора, които имат експертни функции.

Използваните индикатори за материалния стандарт дават основание 36–38% от читателите да бъдат определени като хора с високо потребление, а 50% – с добро материално положение.

Проучванията показват, че през последните години се увеличават читателите на в. „Пари“ сред представителите на малкия и средния бизнес.

Преобладаващата възрастова група са младите хора, като най-голям процент от читателите са на възраст 20–30 години (около 40%).

Сред аудиторията на вестника преобладават дългогодишните читатели – 54% четат „Пари“ от няколко години, а 13% – от както излиза.

Един екземпляр от вестника се чете средно от 4,84 души.

## ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Много са наградите за журналисти, хора от екипа и за вестника като цяло. През 2005 г. „Пари“ беше обявен за най-добър всекидневник на Единадесетия международен медиен фестивал „Златният чадър“ в Албена.

Още през 1994 г. Фондация „Буров“ връчва на вестника приза си за най-добра финансово журналистика. През 1998 г. журналисти от вестника стават носители на престижни награди: първо място в конкурса на Асоциацията на журналистите за Европейския съюз, както и в конкурса „Нова пролет в Европа“ за публикации, посветени на евроинтеграцията.

Следващата година носи на „Пари“ награда на Европейската комисия за статии на европейска тематика и на Българската търговско-промишлена палата за обективно отразяване проблемите на българския бизнес. Държавната комисия за ценни книжа отличи през 2001 г. в. „Пари“ за цялостно отразяване на дейността ѝ.

През 2004 г. дизайнът на вестника бе обявен за най-добър на Десетия международен медиен фестивал „Златният чадър“ в Албена. Фотожурналист на бизнес всекидневника спечели и престижната награда „Черноризец Храбър“ на Съюза на издателите в България. През 2006 г. получихме наградата на Асоциацията на инвеститорите за медиен принос в отразяването на капиталовия пазар. През 2007 г. в. „Пари“ бе удостоен с наградата за цялостен дизайн и за дизайн на заглавия на най-голямата организация за вестникарски дизайн в САЩ – Обществото за новинарски дизайн.

Вестникът спечели наградата на Българската търговско-промишлена палата за най-добра бизнес медия в страната. Издателят на всекидневника Валентин Панайотов получи специална грамота „Мистър Икономика“. Журналисти от в. „Пари“ бяха удостоени с приз на Българската стопанска камара за най-добро отразяване на икономическите проблеми у нас.

## ПРОДУКТЪТ

Вестник „Пари“ е първият и единствен всекидневник за бизнес и финанси в България. Излиза всеки ден без събота и неделя, като най-важните новини от нея се превеждат и на английски език. Съдържа 24 страници и ежедневно приложение от осем страници. Приложението „Кариери“ увеличи обема си, подобри съдържанието си и прерасна в приложение „Пари и работа“. То дава информация за различни образователни програми, университети, управленски практики и обяви за работа. В него подробно се представят успешни мениджъри, израстването им в кариерата, техният опит и управленска практика.

„Консултант Пари“ представя нормативни актове, счетоводни стандарти и данъци.

### 1991

На 14 май излиза първият брой на в. „Пари“ в осем черно-бели страници, формат А4. На 31 декември е отпечатан първият цветен брой на вестника.

### 2002

Учредена е престижната награда Банка на годината.

### 1993

Излиза първият брой на вестника във формат А3 на шестнадесет страници.

### 1994

За пръв път е отпечатан Колежен брой на в. „Пари“ на 48 цветни страници. Той става традиционен.

„Банки и финанси“ – актуална информация и анализ на банковия и финансовия сектор, а „Бизнес и технологии“ – всичко за света на бизнеса в рамките на високите технологии. Всяка седмица излиза и приложение „Предприемач“, посветено на различни региони в България и развитието на бизнеса в тях. Петичното приложение се нарича Weekend. То запознава читателите с интересни хора на бизнеса и културата и има страници за туризъм, спорт, мода и кулинария.

Вестникът неизменно предлага тема на деня. Разгърнатата на две страници, тя разглежда в критичен и аналитичен дух проблеми на бизнеса и средата, в която той се развива. Втора и трета страница са посветени на редакционните коментари, от шеста до девета са новините от България, а на десета и единадесета – тези от света. Секторът „Инвеститор“ обхваща от дванадесета до осемнадесета страница. В него се разискват проблемите на капиталовия пазар, борсовата търговия, цените на акциите, дава се информация за големи и важни сделки. Последните четири страници са „Моят бизнес“ и са насочени специално към малкия бизнес, към проблемите и възможностите, които му предлага пазарът. Тези страници представят добре развиващи се фирми и техните собственици. Вестникът подготвя и различни приложения, оформени като списания – „Инвестиции“, „Застраховане и осигуряване“, „Банки и финанси“, „Енергетика“, „Телекомуникации & ИТ сектор“, „Туризм и SPA“, „АвтоПари“, „Интериор“, „Образование“, „Винария“, „Транспорт и логистика“, „Строителство и недвижими имоти“ и др. Особено постижение на в. „Пари“ е създаването на най-новия бизнес портал в България – [www.IPO.bg](http://www.IPO.bg). В него е очевиден стремежът и най-сериозните новини да се представят по лек и забавен начин.

### СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

През юли 2005 г. вестник „Пари“ стана част от шведската издателска група Bonnier. Тя придоби 50% от капитала на „Бизнес Медиа Груп“ и утвърди традиционното силната лидерска позиция на вестника. Bonnier издава водещите бизнес всекидневници в Швеция, Дания, Норвегия, Полша, Русия, Словения, Австрия, Литва, Латвия, Естония и Хърватия. „Бизнес Медиа Груп“ АД е член на Съюза на издателите в България, Българския форум на бизнес лидерите, Асоциацията на индустриалния капитал, Американската търговска камара, Конфедерацията на работодатели-



те и индустриалците в България и асоциацията „Партньорство за социално отговорен бизнес“.

В. „Пари“ членува в Юробизнеспрес – организацията на бизнес медиите в Европа.

### ПРОМОЦИЯ

Марката има много инициативи, една от които е престижната награда Банка на годината. Призът е учреден през 1992 г. Той е единственото по рода си отличие за сектора и освен че посочва най-добре работилката през изминалата година банка, събира на едно място водещите лица в бранша, политиката и бизнеса. За сериозността му говори и фактът, че вече няколко години призът се връчва лично от Президентта на Република България. Класирането става по няколко групи от критериите: „Пазарен дял“, „Динамика“ и „Ефективност“. В комитетата за определяне на Банка на годината влизат видни представители на държавното управление и финансовия сектор. Носители на приза са били Банка за земеделски кредит, Българска пощенска банка, Булбанк, Първа инвестиционна банка, Райффайзенбанк България, Банка ДСК, Обединена българска банка и Пощенска банка.

Друга награда, която връчва вестник „Пари“, е Златната бъчва. Тя е учредена през 1995 г. и се дава на ежегодното издание „Винария“ в Пловдив. Първоначално това е отличие за винопроизводителя, получил най-много награди по време на изложението. През 2001 г. регламентът се промени, за да даде равни шансове и на малките, и на големите производители; наградата отива при получили най-много точки от сумарната оценка на пет червени и пет бели вина. От 2005 г. призът се връчва на най-големите инвеститори в лозаро-винарския бранш – български и чужди.

Тенис турнирът за Купата на вестник „Пари“ се провежда от 2002 г. насам и основната му идея е да създаде контакти между финансистите и студенти икономисти. Вече няколко години вестникът проучва и рейтинга на висшето икономическо образование. В класацията са включени всички 25

български и чуждестранни висши училища в България, които предлагат икономически специалности.

В. „Пари“ определя и месечен индекс за възприемане на корупцията от страна на бизнеса.

Особен интерес предизвиква подготвената за втори пореден път през 2007 г. класация на стоте най-богати българи.

В. „Пари“ стана инициатор и на уникалната за българския медийен пазар национална класация „Гепард“. В нея намериха място 500-те най-динамично развиващи се средни и малки фирми у нас. Основният критерий, по който бяха подбрани, е ръстът на приходите от продажби. Освен националната класация екип на вестника подготви осем регионални класации, в които намериха място най-динамичните фирми от отделните региони на страната.

Друга престижна класация, подготвена от в. „Пари“, е „Големите“. В нея се нарешиха 150-те най-големи компании у нас. От 2003 г. насам чрез публичен конкурс вестникът определя и отпуска три стипендии за студенти от икономическите специалности.

### ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Непрекъснатото инвестиране и иновационното поведение правят вестник „Пари“ едновременно модерен и стабилен всекидневник, насочил потенциала си към предприемчивите хора в България. Той е и вестникът, на който бизнесът обръща специално внимание. Поддържайки високо ниво на журналистическите материали, в. „Пари“ успява да запази своята читателска аудитория и да се превърне в пресечна точка за бизнес средите. Съдържанието и темите му засилват пряката връзка между представителите на малкия и средния бизнес и най-точно следват идеята B2B.

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

### Факти, които не знаете за ПАРИ

„Пари“ е първият вестник в България, който предлага съдържанието си online.

Президентът Първанов обявява сформирването на правителството през 2005 г. точно когато връчва приза на в. „Пари“ Банка на годината.

За периода 2005–2007 г. „Пари“ има 100% ръст на абонамента си.

#### 1995

Вестникът учредява наградата Златната бъчва.

#### 1998

Вестник „Пари“ е пръв сред представителите на българския печат, който създава своя страница в интернет.

#### 2005

„Пари“ минава към пълна цветност. Той става част от престижната шведска издателска група Bonnier.

#### 2006

От 1 април вестникът започва да излиза с изцяло обновена графична и тематична структура.