

Вестник „Пари“ е сред най-влиятелните и авторитетни медии на пазара. Той е единственият български всекидневник, специализиран за икономически новини и анализи. Вестникът е с утвърдено име сред бизнес средите и е предназначен за предприемчивите и инициативните хора в България. От 2005 г. „Пари“ е част от шведската издателска група Bonnier, което утвърди традиционно силната лидерска позиция на изданието.

**ПАЗАР**

„Пари“ е първият български всекидневник за бизнес и финанси. Създаден е през далечната 1991 г. и вече осемнадесет години диктува стандартите в българската бизнес журналистика. Той е и първият вестник у нас, който разполага с електронно издание www.pari.bg (от 1996 г.), както и с новини на английски език.

Над 85% от читателите на вестника са с висше образование и са на мениджърски позиции. Вестникът е предпочитан източник на информация за едрия и средния бизнес. 60% от читателите му се занимават професионално с икономика и финанси, а повече от една четвърт имат собствен бизнес. Голяма част от читателите на вестника са висши мениджъри, като популярността на „Пари“ сред експертите на средно мениджърско равнище в компаниите непрекъснато расте.

**ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА**

Журналистите, които работят в „Пари“, са висококвалифицирани в различните сектори на икономиката. Потвърждение за това са многобройните отличия, които медията получава.

През 2004 г. дизайнът на вестника е обявен за най-добър на Десетия международен медиен фестивал „Златният чадър“ в Албе-

на. Фотожурналист на бизнес всекидневника спечели и престижната награда „Черноризец Храбър“ на Съюза на издателите в България.

През 2005 г. „Пари“ е обявен за най-добър всекидневник на Единадесетия международен медиен фестивал „Златният чадър“ в Албена.

През 2007 г. в. „Пари“ е удостоен с наградата за цялостен редизайн и за гизайн на заглавия на най-голямата организация за вестникарски гизайн в САЩ – Обществото за новинарски гизайн. Издателят на вестника Валентин Панайотов получи специална грамота „Мистър Икономика“.

**ПРОДУКТЪТ**

Първият и единствен всекидневник за бизнес и финанси излиза всеки ден без събота и неделя, като най-важните новини от деня се превеждат и на английски език. Съдържа 24 страници, разделени в различни секции, които отговарят на различните потребности на читателите.

Извършеният през 2006 г. редизайн променя тотално облика на в. „Пари“. Въведени са изцяло нови стандарти в графичното оформление на българските печатни издания. Модерната графика откроява „Пари“ сред всички останали участници на пазара.

Приложенията са постоянни и предлагат задълбочен поглед към различните сфери в икономиката. „Банки и застраховане“ представя актуална информация и анализ на банковия, застрахователния и финансовия сектор. Приложението „Бизнес и технологии“ публикува най-новото от света на бизнеса в рамките на високите технологии. Последните тенденции в областта на строителството и пазара на имоти могат да се прочетат на страниците на приложението „Недвижими имоти“.

Всяка седмица излиза и приложението „Предприемач“, посветено на различни региони в България и на развитието на бизнеса в тях.

Сред най-важните за в. „Пари“ проекти през последната година е бизнес порталът pari.bg, който стартира през 2007 г. Оттогава екипът му непрекъснато увеличава и подобрява съдържанието му. Това довежда до изграждането на стабилна аудитория, която всеки ден следи най-горещите бизнес новини в реално време.

**СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ**

През юли 2005 г. вестник „Пари“ става част от шведската издателска група Bonnier. Тя придобива 50% от капитала на „Бизнес Медиа Груп“ и утвърждава традиционно силната лидерска позиция на вестника. Bonnier издава водещите бизнес



## Факти, които не знаете за ПАРИ

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

Президентът Първанов обявява сформиранието на правителството през 2005 г. точно когато връчва създадения от в. „Пари“ приз „Банка на годината“.

За периода 2005-2008 г. в. „Пари“ има 100% ръст на абонамента си.

От 2009 година в. „Пари“ организира и конкурса Next Generation, който отличава млади и амбициозни мениджъри от различни области. Голямата награда е присъдена на Петя Димитрова от Юро Банк и Еф Джи, а конкурсът се организира под патронажа на Министър-председателя.

В. „Пари“ става инициатор и на уникалната за българския медийен пазар национална класация „Гепарг“. В нея намират място 500-те най-динамично развиващи се средни и малки фирми у нас. Основният критерий, по който са подбрани, е ръстът на приходите от продажби. Освен националната класация, екип на вестника подготвя осем регионални класации, в които са включени най-динамичните фирми от отделните региони на страната. Те са представени на специално организирани осем тематични конференции, които станаха място за оживени дискусии между представителите на властта и местния бизнес. Тези конференции са проведени в Стара Загора, Монтана, Благоевград, Пловдив, Варна, Бургас, Велико Търново и Русе.

### 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 независимо от бранша и региона, в който оперира.

Поддържайки високо нивото 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. Вестник „Пари“ се ползва с престиж и доверие сред своята аудитория.



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 и Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България.

### ПРОМОЦИЯ

Наградата на в. „Пари“ „Банка на годината“ се утвърди като най-престижното бизнес събитие на годината в цялата страна. Призът е учреден през 1992 г. Той е единственото по рода си отличие за сектора. Престижната награда се дава на най-добре работилката през изминалата година банка и събира на едно място водещите лица в бранша, политиката и бизнеса. За сериозността ѝ говори и фактът, че от дълги години призът се връчва лично от Президента на Република България. През 2009 година статуетката с форма на ключ от сейф е дадена за дванадесети път. Класирането става по няколко групи от критерии: „Пазарен дял“, „Динамика“ и „Ефективност“. В комитета за определяне на Банка на годината влизат видни представители на държавното управление и финансовия сектор. Носители на приза са:

- 1991 г. – Банка за земеделски кредит
- 1992 г. – Банка за земеделски кредит
- 1993 г. – Българска пощенска банка
- 2000 г. – Булбанк
- 2001 г. – Първа инвестиционна банка
- 2002 г. – Райфайзенбанк България
- 2003 г. – Райфайзенбанк България

2004 г. – Банка ДСК

2005 г. – Банка ДСК и Обединена българска банка

2006 г. – Пощенска банка

2007 г. – Райфайзенбанк България

2008 г. – Обединена българска банка

Друга награда, която връчва вестник „Пари“, е „Златната бичва“. Тя е учредена през 1995 г. и се дава на ежегодното изложение „Винария“ в Пловдив. Първоначално това е отличие за винопроизводителя, получил най-много награди по време на изложението. През 2001 г. регламентът се променя, за да даде равен шанс и на малките, и на големите производители: наградата вече отива при получилния 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 чуждестранни.

Тенис турнирът за Купата на вестник „Пари“ се провежда от 2002 г. насам и основната му идея е да създава контакти между финансисти и студенти икономисти. Двойките се определят чрез жребий и задължително се състоят от финансист и студент. Партньорството им често излиза извън кортовете и прераста в общи идеи и съвместна работа.

През 2008 г. „Пари“ учредява годишна награда за компания, която развива корпоративна социална отговорност. Първият носител на приза е мобилният оператор „Мобилтел“, а за принос в областта на КСО са отличени Първа инвестиционна банка, „Рока България“, „TNT България“, „Солвей Согу“ и „Овергаз“.

### 1991

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

### 1992

Учредена е престижната награда „Банка на годината“. Това е единственото национално отличие в сектора.

### 1993

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

### 1995

Вестникът учредява наградата „Златната бичва“. Оттогава досега тя се връчва по време на изложението „Винария“ в Пловдив.

### 1996

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

### 2005

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

### 2006

Напълно обновен по европейски стандарт през 2006 г., в. „Пари“ започва да излиза с изцяло обновена графична и тематична структура. Замислен като защитник на бизнеса и интересите на работодателите, той нито за миг не изневерява на това призвание. Вестникът се печата на хартия с легендарния цвят „сянката на съмгата“, типична за европейските бизнес всекидневници.