

Вестник „Труд“ е водещият всекидневник в страната. Лидерът на българския печат е с огромен авторитет сред политическите кръгове, бизнеса, културния и спортния елит, както и цялото общество, а марката „Труд“ е символ на независимост, почтеност и професионализъм. В. „Труд“ е и единственият оцелял стар всекидневник – най-старият на пазара в България, който е запазил марката си вече 74 години.

## ПАЗАР

През 2008 г. в България излизат повече от 500 вестника, над 60 от които са всекидневници, според данни от Националния статистически институт.

На фона на тази засилена конкуренция „Труд“ е водещият всекидневник в страната. Това сочат всички национални представителни изследвания. Според TNS/TV Plan и през 2008 г. най-предпочитаният ежедневник остава вестник „Труд“, който е лидер с 24,4% цялостна аудитория, следван от „24 часа“ с пазарен дял 20,3% и „Стандарт“ с 6,8%. „Труд“ е най-четеният всекидневник с 30,6% цялостна аудитория и според МБМД – пред „24 часа“ с 25,2% и „Стандарт“ с 9,1%. Всеки ден около

480 хил. читатели избират неговите страници, сочи мониторингът на TGI Market Test. Над 30% от всички читатели на вестници поне веднъж седмично се информират от „Труд“.

Лидерът на българския печат е с огромен авторитет сред политическите кръгове, бизнеса, културния и спортния елит, както и цялото общество, а марката „Труд“ е символ на независимост, почтеност и професионализъм. „Труд“ е и единственият оцелял стар всекидневник – най-старият на пазара в България, който е запазил марката си.

Сред читателите на вестника незначителен превес имат мъжете – 56% от цялостната аудитория на изданието, докато само преди три години гамската аудитория изпреварваше мъжката – 54,5%. Основното ядро читатели на „Труд“ (69%) са в икономически активната възрастова група на 30–59-годишните. Близко 1/5 са млади хора от 15 до 29 години. Данните от проучванията показват, че всеки пети млад човек се информира от страниците на най-четения вестник у нас. Повече от 1/3 от читателите на „Труд“ са с университетско образование, а 54% – със средно. Всекидневникът достига до близо 30% от всички висшестипенни в страната. Най-големите професионални групи от цялостната аудитория на вестника са квалифицираните работници – 39%, и служителите – 19%. Над 50 хил. читатели са собственици или съдружници във фирми.

литература, документалистика, биографични четива, популярна, научна, справочна и енциклопедична литература.

За своя 70-годишен юбилей през 2006 г. „Труд“ става първият вестник, удостоен с Почетния знак на Президента на Република България. През 2008 г. колективът на вестника получава Голямата награда за принос в българската журналистика „Черноризец Храбър“. Сред големите признания за журналистите на „Труд“ се открояват орден „Стара планина“ I степен на главния редактор Тошо Тошев, Анна Заркова – с Журналистическата награда за храброст (1998 г.) на Международния съюз на журналистите със седище в Ню Йорк и с Годишната награда (1999 г.) на Съюза на жените журналистки със седище във Вашингтон. Валерия Велева, Виктор Гилтяй, Мирела Веселинова и Христо Николов пък са носители на наградата „Черноризец Храбър“.

## ПРОДУКТЪТ

Успехът на „Труд“ се дължи на факта, че в него читателят намира обективна, достоверна, изчерпателна и ясно поднесена информация, подкрепена с професионални коментари и анализи. „Труд“ умее да открива и произвежда сам информация. Изданието се гордее с добрите си аналитични и тематични страници. Вестникът винаги е ангажиран със събитията и хората, за които пише. Честната и открита позиция на „Труд“ и социално отговорното му поведение печелят доверието на българския читател.

„Труд“ е вестникът, отделящ най-много място за култура – публикува творби на най-добрите съвременни писатели и поети в седмичното приложение „Ателие“, има своя страница за младежко творчество „Млада муза“, предлага сериозни рецензии, коментари и дискусии за различни аспекти на културния ни живот, провежда ежегоден национален литературен конкурс. Емблематични за „Труд“ са приложенията „Политика и бизнес“ и „Труд де юре“, както и страниците „Светска суматоха“, „Фатална“, „Синя лампа“, злободневният коментар на „Позиция“ на първа страница, нетрадиционният начин на представяне на прогнозата на времето на предпоследна страница, карикатурите на Рачо Рачев, трудовоправните консултации, рубриците „Наслука“ и „Такъми“.

От 1997 г. насам вестник „Труд“ започва

## ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Повече от десетилетие „Труд“ е най-тиражният български всекидневник. Независимостта от партийни и икономически интереси, социалната и обществената ангажираност, както и професионализмът на редакционния екип са сред основните причини за лидерската му позиция. Неслучайно „Труд“ е всекидневникът, ползващ се с най-голямо доверие сред българите.

Силата на марката „Труд“ доказва и „Седмичен Труд“ – семейният вестник на българина, който е лидер сред седмичните вестници.

Едно от големите постижения на марката, както и принос към националния културен живот, е създаването на Книгоиздателска къща „Труд“. Всяка година тя предлага на книжния пазар десетки престижни автори и заглавия от цял свят – художествена







да излиза и с регионални приложения – първо за Пловдив и региона, в 8 допълнителни страници. Следват регионалните издания за Варна, Бургас, Стара Загора и Хасково, Благоевград, Перник и Кюстендил, Шумен, Разград и Търговище. Веднъж месечно „Труд“ излиза и с приложения за читателите в Плевен и Ловеч, Велико Търново и Габрово, Монтана и Враца.

### СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

Съвременното развитие на „Труд“ е свързано с разработването и предлагането заедно с вестника на допълнителни медийни продукти: книжните поредици „Златна колекция на XX век“ (романи), „Златни детски книги“ (шедъври за деца и юноши), „Голяма енциклопедия на страните“, „Голяма детска енциклопедия“, филмовите DVD колекции „Звездно кино с Холивуд“, „Особености на руското кино“, „Вечните български мачове“ с най-доброто от българския футбол. През 2007 г. най-голям интерес предизвиква луксозната колекция книга+CD „Шедъври на музикалната класика“.

През 2008 г. на успех сред аудиторията на вестника се радват патриотичната поредица „100 неща, които трябва да знаем за България“ и DVD+CD самоучител „Български хора и ръченици“ в 5 комплекта. През 2009 г. „Труд“ зарадва читателите си с нова луксозна книжна колекция „България – загадки от вековете“. Всички те имат за цел да улеснят читателите в избора на стойностни продукти и да продължат мисията на вестника да информира и забавлява

и не на последно място – да допринесе за културното и духовното развитие на читателя, да бъде авторитетен и отговорен посредник между и него и качествената литература, кино, музика и др.

Съвременното развитие на „Труд“ е в синхрон с динамичното развитие на медийната среда у нас и на глобалното информационно общество. Графиката, начинът на поднасяне на информацията, стилът и езикът на вестника всекидневно се приспособяват към актуалните потребности на аудиторията.

От началото на 2009 г. „Труд“ излиза с обновен дизайн и обогатено съдържание. Вестникът предлага на аудиторията си нови седмични тематични приложения: „Спешно отделение“ (вторник), „Имоти“ (сряда), „Поп арт“ (петък), „Неделята“ (14-странично забавно магазинно приложение). Последната страница на „Труд“ вече е спортна, а емблематичната криминална страница „Синя лампа“ се събира с аналитичната 13-а – „Фатална“.

### ПРОМОЦИЯ

Като водещ български всекидневник „Труд“ се старее да поддържа непрекъсната и жива връзка с читателите си, да активира тяхното внимание и да ги забавлява. „Труд“ и „24 часа“ са първите български вестници, които предлагат на аудиторията си освен книжния и още два формата на изданията си. От есента на 2008 г. двата вестника разпространяват SIM карти News mobile, чрез които може безплатно да се сърфира в електронните им издания през мобилен телефон и да се четат както материалите от печатните издания, така и новините в реално време.

От края на март „Труд“ стартира и напълно обновения си сайт, чиято посещаемост за кратко време рязко се увеличи. Той предлага горещи новини в реално време и дава възможност за активна обратна връзка с аудиторията.

**ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА**  
„Труд“ е най-добрата марка сред всекидневниците за 43,6% от българите на

## Факти, които не знаете за ТРУД

Първото печатно издание с името „Труд“ е излизало в периода 1887–1892 г. – литературно научно списание, издавано от книжовника Цани Гинчев.

На 23 февруари 1945 г. излиза първият „Знаме на труда“ по новия правопис – без „е двойно“ и „б“ в края на съществителните от мъжки род.

В периода 1946–1989 г. в. „Труд“ е втори по тираж след „Работническо дело“.

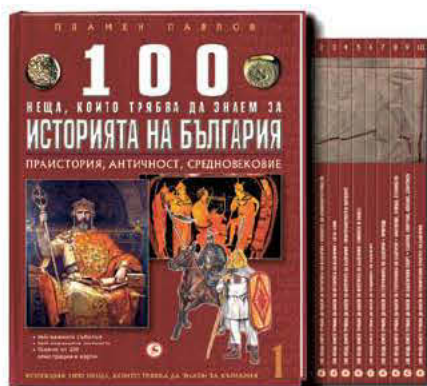
Автор на „главата“ на вестника е големият художник Борис Ангелушев. Това е и най-старата запазена вестникарска марка – от 1962 г.

Вестникът преминава към таблоиден формат от 1 септември 1994 г.

Възраст над петнадесет години (Източник: GfK България). Това е и вестникът, ползващ се с най-голямо доверие и уважение според проучванията на НИЦИОМ.

Марката „Труд“ е символ на независимост, професионализъм и почтеност, отговорност и обективност, гражданска позиция и смелост.

Стремежът на „Труд“ е да поднася всеки ден най-много и най-добрите новини, да разказва истинските истории зад тях, да дава най-интересните коментари и задълбочени анализи, да предоставя място за повече мнения и позиции по актуални теми, да вижда и чува обикновения човек с неговите болки и радости.



### 1936

През март излиза първият брой на в. „Труд“. До 1944 г. е свързан с тогавашния казионен Български работнически съюз, отрича класовата борба и подкрепя авторитарната държава.

### 1944

През октомври започва издаването на в. „Знаме на труда“, който продължава синдикалната тематика като орган на Общия работнически професионален съюз.

### 1946

С решение на Секретариата на ЦК на БКП започва да излиза днешният „Труд“, вече като всекидневник. След 1946 г. вестникът става орган на профсъюзите в комунистическа България.

### 1992

Вестникът се разделя със синдикатите, става частен и независим от партийци, профсъюзни или икономически структури. Утвърждава се като най-авторитетния национален всекидневник.

### 1997

Германската медийна група ВАЦ придобива мажоритарен дял в „Медиа“ Холдинг АД – гружество-то издател на вестник „Труд“.

### 2006

На 1 март в. „Труд“, 8 присъствието на политическия, културния и бизнес елит на България, отбелязва своя 70-годишен юбилей в Резиденция „Бояна“.