

www.economymagazine.bg

# ИКОНОМИКА

СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ

брой 76 / август 2017 г. / цена 5 лв.



## УСПЕШНИТЕ КОМПАНИИ

НАЙ-ДОБРИТЕ ГОВОРЯТ

ISSN 1314-376X



08

9 771314 376006 >



A STAR ALLIANCE MEMBER  | 

ZANZIBAR

READY TO

NEW DEST

WITH TURKIS

PHUKET

[TURKISHAIRLINES.COM](http://TURKISHAIRLINES.COM)



WIDEN YOUR  
W O R L D

TURKISH  
AIRLINES



EXPLORE

MAURITIUS

TINATIONS

SH AIRLINES

SEYCHELLES



# Успешните компании са тук



Всички обичат успеха. Това се доказва и от ентузиазма, с който компаниите се включиха в специалното издание „Успешните компании“, подготвено с общите усилия на сп. „Икономика“ и икономическия портал [economy.bg](http://economy.bg).

Идеята възникна спонтанно и тя твърде бързо намери реализация. Тук ТОП 101 компании споделят своите постижения и амбиции. Те са с различен профил и в цялото им многообразие ги обединява едно: Успехът!

Някои от тях работят предимно в страната и е достойно за уважение, щом на този малък пазар намират начин да са номер едно. Други имат експортна ориентация и ще им кажем браво, щом са повярвали, че светът е голям и спасение дебне отвсякъде. Едни са част от мултинационална мрежа, а други в момента чертаят стратегии за растеж...

Но какво е успехът и как да го измерим? Всичко днес се мени толкова бързо, че ако езикът на числата вчера е показвал преднина, днес вълната на промяната може да даде предимство на други. Затова, както гласи рекламата на марка швейцарски часовници, „Успехът е игра на ума“. Със сигурност той не е конфекция, която пасва на всеки. А тогава? Едни казват, че успехът

е резултат от усилията на много хора, взаимодействащи си по безупречен начин. За други той е добре свършена работа, която все повече се пренася в съвсем непознати области, а в ерата на Четвъртата индустриална революция лидери са иноваторите, които създават новите тенденции и карат другите да ги следват. Успехът изисква в него да вложиш сърцето си, да имаш отлично споен екип, да си визионер и експериментатор, но и добър въжеиграч в голямата конкуренция, в която да си не просто безкомпромисен, а да си направо съвършен. Най-търсената стока днес са не парите, а идеите, които може да се превърнат в капитал. И всяка от тези ТОП 101 компании има своята визия.

При подготовката на това издание установихме, че универсалната мерна единица е удовлетвореността на клиента и на потребителя. Но все пак не бива да забравяме, че в речника успехът стои след труда.

В „Успешните компании“ усещаме духа на победителите. Вярваме, че участниците в това издание ще спечелят доверието на нови потребители на своите стоки и услуги, ще привлекат нови партньори.

**Незабравима среща с успешните ТОП 101!**

*Екипът на изданието*



Универсалната мерна единица е удовлетвореността на клиента и на потребителя. Но нека не забравяме, че в речника успехът стои след труда



**Материалите са предоставени на издателите от компаниите съобразно техните виждания за публичност и изграждане на корпоративен имидж.**



# ИЗЦЯЛО НОВИЯТ DISCOVERY



ABOVE & BEYOND



Новият Discovery съчетава дръзка привлекателност с неудържим приключенски дух. Това е автентичен, седемместен SUV, създаден за нуждите на модерния човек.

Легендарният Discovery се завръща с футуристично излъчване и надгражда над лукса, способностите и функционалността на своя предшественик. Моделът е изграден на иновативна и здрава алуминиева платформа, а многообразието от интериорни конфигурации и авангардни технологии като full-LED фарове, електронно контролирано въздушно окачване и патентованата Terrain response 2 ситема го превръщат в невероятна комбинация от лукс и способности. В допълнение на качествата си, моделът става още по-атрактивен, благодарение и на изключително добрата си ценова оферта. В допълнение новият Discovery се предлага и с 5 години гаранция без ограничение в пробег и 3 години премиум сървиз. Новият Discovery „носи гените“ на един истински Land Rover, предоставяйки несравними off-road възможности и функционалност.

Потърсете повече информация при най-близкия дилър на Land Rover до Вас.

Мото-Пфое Люлин в София – тел. 02/ 984 2 245    Мото-Пфое Варна – тел. 052/ 680 265    Мото-Пфое Бургас – тел. 056/ 807 140    Мото-Пфое Пловдив – тел. 032/ 606 663

[landrover.bg](http://landrover.bg)

Изображението е с илюстративна цел. Land Rover Discovery: ср. разход – 6.0 л/100 км, CO<sub>2</sub> емисии 159 г/км за двигател TD4.





# РЕЦЕПТИ ЗА БИЗНЕС ВЪЗХОД

*Да имаш и да спечелиш доверието на клиента, означава, че следваш правилните стъпки и че си успешен.*

Иван  
Костадинов,  
генерален  
директор на  
НИС Петрол  
ЕООД

*Да си строител, означава да работиш с достойнство, чест и отговорност. Това не е работа за единаци и не е кауза за самотни играчи.*

Мargarита  
Попиванова,  
изпълнителен  
директор на  
„Пътища  
Пловдив“

*Стъпките към големия бизнес са да се усъвършенстваш непрекъснато, да излизаш на световната сцена, да инвестираш, да имаш честно отношение към своя екип.*

Проф. д-н Николай  
Вълканов,  
председател  
на Съвета на  
директорите  
на „Минстрой  
холдинг“

*Работим така, че нашата най-добра реклама да са доволните ни клиенти.*

Зарина Генчева,  
изпълнителен  
директор на  
„Метрореклама“

*Най-важното е да си най-печелившият, а не най-големият.*

Атанас Бобоков,  
председател  
на Съвета на  
директорите на  
„Монбат“



*Успехът ме мотивира, а предизвикателствата ме амбицират.*

**Зоя Паунова,**  
изпълнителен директор на „Астра Зенека България“



*Успехът е пътешествие, а не дестинация!*

**Никос Зоис,**  
изпълнителен директор на „Загорка“

*Коректност, устойчивост, адаптация и нюх - всичко това, в съчетание с професионализма на нашите служители, е ключът към успеха ни.*

**Борислав Малинов,**  
председател на Надзорния съвет на „Норд Холдинг“



*Успешните компании са лицето на всяка икономика и тяхното представяне мотивира останалите.*

**Д-р Николай Колев,**  
изпълнителен директор на „Плена България“ и „Огняново К“

*Работим за посрещане предизвикателствата на бъдещето.*

**Спирос Номикос,**  
изпълнителен директор на „Солвей Соди“

*Модернизация, иновации и развитие на човешките ресурси са ключовият фактор за продължаващия успех.*

**Васил Велев,**  
изпълнителен директор на „Стара планина холд“





## Да постигнеш невъзможното в автомобилната диагностика



„Абритес“ ООД  
бул. „Черни връх“ 147  
1407 София  
[www.abrites.com](http://www.abrites.com)



Показател за устойчивия във времето растеж на „Абритес“ ООД е присъствието на продуктите с марка ABRITES на световния пазар



„Абритес“ ООД е българска IT компания, създадена през 2005 г. Специализирана е в разработка на софтуер и производство на хардуер за диагностика на моторни превозни средства. Компанията е световен лидер в своята сфера, оперирайки на всички пазари с висока концентрация на автомобилно производство и потребление. За 12-те години на своето съществуване продуктите с марка ABRITES се превръщат в еталон за иновация и качество и налагат нови стандарти в развитието на автомобилната диагностика.

Историята на „Абритес“ ООД е пример за устойчиво развитие, завоюване на пазарни позиции и необратим растеж. Започнала своята дейност само с двама души персонал и офис под наем, компанията бързо се разраства и през 2017 г. служителите ѝ са над 80. Нарасналият брой клиенти и увеличеният брой поръчки налагат фирмата да разшири дейността си, пускайки в експлоатация собствен цех за асемблиране на електронни модули и устройства. Така „Абритес“ ООД затваря производствения си цикъл, което гарантира независимостта ѝ спрямо външни доставчици, увеличава производствения капацитет и осигурява строг качествен контрол във всеки един момент от процеса на производство. Днес „Абритес“

ООД разполага с две собствени сгради в София, цех във Варна, а най-ярката инвестиция е създаването на собствено представителство и превръщането му в обучителен център в Париж.

Показател за устойчивия във времето растеж на „Абритес“ ООД е присъствието на продуктите с марка ABRITES на световния пазар, както и множеството спечелени награди и отличия. Днес клиентите на компанията се намират на всички шест континента. А най-голямата инвестиция, която предстои да бъде направена в близкото бъдеще, е откриване на офис в САЩ.

Историята на успеха на „Абритес“ ООД е резултат от успешно прилаганата корпоративна философия, че човешкият ресурс е най-ценният капитал на всяка компания. Дружеството насърчава служителите си към непрекъснато повишаване на квалификацията.

Залагайки на високите стандарти в работата си, осигурявайки отлични условия на труд и възнаграждение, прилагайки високоефективна социална политика, компанията си поставя за цел да се превърне в притегателен център за IT специалисти от цял свят, в това число и на българи, получили своето образование и работещи в чужбина.

Вярна на себе си, „Абритес“ ООД продължава да развива стремежа си, заявен в слогана на компанията - ДА ПОСТИГА НЕВЪЗМОЖНОТО.



Achieve the impossible

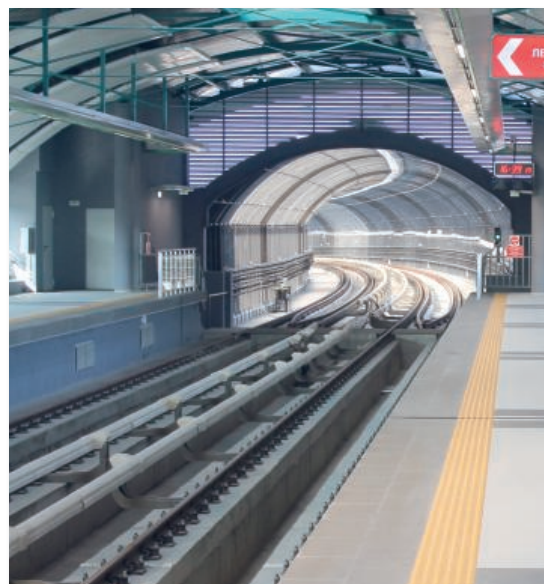


**There is no lock without a key  
and no problem without a solution**

**ABRITES - the key to automotive solutions**







AVENIR CERAMICS

София

Email:

office@avenirceramics.com

Телефон: +359 (0) 87 833 1211

www.avenirceramics.com

## Водещият вносител на строителни материали навлиза в онлайн търговията

AVENIR CERAMICS е българска компания с лидерски позиции сред вносителите на строителни материали. Компанията оперира от 5 години на българския пазар и успява да се наложи като успешен доставчик на продукти от естествен камък, гранитогрес, фаянс, мрамор, травертин, керамични плочи, клинкер, санитарно обслужване и обзавеждане за баня.

Компанията е създадена и израства като B2B играч, партнирайки си с професионалистите в строителния бранш - архитекти, интериорни дизайнери, строители, инвеститори и др. Една от причините за добрите резултати, които постига през годините, е фактът, че AVENIR CERAMICS е клиентски ориентирана компания от ново „open code“ поколение. Тя създава необходимите предпоставки, за да могат клиентите сами да моделират различните аспекти на продукта или услугата, които получават.

В края на 2016 г. AVENIR CERAMICS издава първия и уникален по рода си каталог за естествени камъни - „Natural stone



**ИВО АПОСТОЛОВ,**  
изпълнителен директор:

В съвременния интериорен дизайн има безброй течения и богат избор от материали. Българският потребител все още залага на традиционните материали. Разбира се, имаме и клиенти, които взимат много смели решения относно обзавеждането на жилището им. Това, което ни прави по-различни, е, че се стараем да бъдем максимално диалогични с нашите клиенти и да взимаме под внимание и анализираме всяко мнение, било то похвала, критика или препоръка. Типичният клиент на нашата компания не се интересува единствено от това коя е най-ниската цена в определена продуктова група. Винаги се стараем да предлагаме най-разумните ценови оферти.







**Jardins du sud** ще бъде комплекс от затворен тип, с просторни апартаменти, всеки от които с южно изложение



collection", в който могат да се намерят продукти от естествен камък, подходящи за настилки и облицовки в жилището, както и такива от колекцията Living Space - една изключително модерна концепция.

Компанията е една от малкото фирми у нас, които извършват инженеринг и монтаж на всички доставени продукти. По-голяма част от българските компании са насочени само към едната дейност. Освен фасадни облицовки и камъни, AVENIR CERAMICS предлага и естествени материали за външно оформление на обекта. Фирмата изпълнява ексклузивни авторски серии за някои от водещите родни дизайнери. Проекти с нейно участие многократно са печелили награди в различни конкурси за дизайн.

Компанията извършва основно своята дейност в България. В близко бъдеще предстои отваряне на търговски офис в Лондон. В момента се водят преговори с партньори в Мюнхен, Виена и Милано. AVENIR CERAMICS се старее да се позиционира в средния към високия сегмент. „Опитваме се да направим по-смела селекция от екзотични и разумни ценово продукти от естествен камък, които внасяме от Индия, Иран, Турция, Пакистан, Мадагаскар, Бразилия, Мексико и др., за да можем да задоволим желанията и на най-капризният клиент, разказва Иво Апостолов.

Всяка година AVENIR CERAMICS добавя към своето портфолио нов продукт или услуга, които улесняват работата с клиенти и я правят по-приятна и полезна. Скоро се очаква да стартира онлайн магазин на AVENIR CERAMICS, в който клиентите ще могат да се консултират, да откриват продукти на водещи евро-

пейски производители, както и да поръчват желаните от тях продукти. Ключовата роля за добрите резултати се крие в обстойното проучване на всяка нова услуга, което предпазва фирмата от т.нар. „грешки на растежа“ или работа по модела „проба-грешка“, който е традиционен за родната бизнес действителност.

Сред другите интересни проекти, които предстоят на компанията, се откроява строителството на собствен инвестиционен проект - Jardins du sud (Южни градини).

Комплексът ще бъде от затворен тип и ще се намира в полите на Витоша планина. Името му подсказва, че акцентът ще бъде върху зелена среда и приятна обстановка за живеене, дори и за най-претенциозните клиенти. Сградата ще бъде с ниска етажност и просторни апартаменти. Уникалното за комплекса е, че всеки апартамент в него ще бъде с южно из-



ложение, което е трудно постижимо. Строителството на Jardins du sud се очаква да започне в средата на тази година и да завърши в края на 2018 г.

В жилищното строителство се наблюдава устойчив ръст в по-големите градове. Точно това ни подтикна към тази решителна стъпка. Двигател на основния пазар е все по-добре оформящата се средна класа. Качествените продукти се продават и оценяват от клиентите. Съзнанието, че живеем и се трудим в среда на турбулентна икономика, ни насърчава постоянно да търсим успешни и устойчиви бизнес модели, чрез които да задоволим все по-нарастващите изисквания, които нашите клиенти имат към нас, коментира Иво Апостолов.









# AGRESSIA

---

*Произведено с платове на*



## SCABAL

A PASSION FOR CLOTH

*Централа - Шоурум*  
*гр.София: бул. „Рожен“ № 22а*  
*тел.: 02/936 09 05,*  
*GSM: +359 899 982 931*

*София*  
*х-л Маринела*  
*бул. „Джеймс Баучер“ № 100*  
*GSM: +359 899 877 106*

*София*  
*ул. „Алабин“ № 60*  
*тел.: 02/980 50 77,*  
*GSM: +359 899 877 100*

*Пловдив*  
*ул. „Отец Паисий“ № 20*  
*GSM: +359 894 399 181*



**agrion**  
агрион

„Агрион“

Безплатен телефон:  
0800 111 66

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



## Земя в добри ръце

Представете си картата на България... Сега я разделете на 12 милиона парчета, които са собственост или наследство на 5 млн. души. Така изглежда пазарът на земя у нас. И точно в този динамичен сегмент една изцяло българска компания жъне успехи.

През 2014 г. „Агрион“ отвори своите офиси и се наложи като първото професионално дружество за управление на поземлени активи, което инвестира в модерна търговска инфраструктура в ця-

лата страна. Водено от мотото „Земя в добри ръце“, дружеството работи за развитието на ефективно и модерно българско земеделие, за ускоряване процесите на комасация на земеделска земя и решаване на проблемите с разпокъсаните малки парцели, като полага всички усилия за ефективното използване на поземлените ресурси и развитието на работещи стопанства. Компанията подкрепя както земеделския бранш, предоставяйки му условия за разрастване, така и собствениците и наследниците на малки парцели, които да печелят от земята си.

Днес българската компания „Агрион“ притежава 21 търговски точки в големите градове, управлява активно портфолио от поземлени активи в ця-

лата страна, развива собствено производство, отпуска кредити на фермери и лизинг за покупка на земеделска земя.

Услугите ѝ включват покупко-продажби, търговски и пазарни консултации за нивите, справки за пазара и цените, замени,

отдаване под наем или аренда, финансиране. Всички

За разлика от повечето дружества в сектора, „Агрион“ купува земя в цялата страна, независимо колко е голям парцелът или къде се намира





Компанията стана първата в своя бранш, която предложи лизинг за покупка на земя без самоучастие. **Дружеството осигурява на 100% финансиране на сделката**



те са полезни както за собствениците и наследниците, за фермерите и арендаторите, така и за тези, които тепърва искат да инвестират или печелят от земя.

### **РАЗМЕРЪТ НЯМА ЗНАЧЕНИЕ**

За разлика от повечето дружества в сектора, „Агрион“ купува земя в цялата страна, независимо колко е голям парцелът или къде се намира. Компанията реализира сделки и за идеални части от даден имот и улеснява клиентите при изваждане на всички необходими документи. Благодарение на професионалния екип от специалисти, дружеството се наложи като лидер при решаването на т.нар. трудни сделки - тези с много наследници.

### **1095 ДНИ, ИЛИ 3 Г. БЕЗЛИХВЕНО РАЗСРОЧЕНО ПЛАЩАНЕ**

1095 дни - точно толкова правят три години безлихвено разсрочено плащане. Точно толкова е и периодът, който „Агрион“ дава за изплащане при покупка на земя от дружеството. През 2016 г. компанията лансира успешна услугата „Продажби“, като пушна на пазара атрактивни парцели с различна големина при преференциални условия. От тях печелят фермерите и арендаторите, които искат да увеличат стопанисваните парцели при изгодни финансови параметри. Инициативата предизвика и интереса на хора извън земеделието, които търсят инвестиционни възможности на пазара на земя.

### **ТЪРГОВЕТЕ, ИЛИ КАК ПАЗАРЪТ САМ ОПРЕДЕЛЯ РЕНТИТЕ**

Компанията заложи на изцяло нов модел при определяне на рентните плащания - чрез търгове между самите фермери, които обработват земята. Вместо пряко договаряне, дружеството остави пазарът сам да определя нивата на база конкуренцията между земеделците и обективните им финансови възможности. Търговете позволиха и влизането на по-дребни производители в нови земища.

### **КРЕДИТИ**

През 2016 г. „Агрион“ разшири портфолиото си от услуги, като създаде специализирано кредитно дружество „Агрион Финанс“. От март 2016 г. компанията започна да предлага кредитни продукти, изцяло насочени към земеделския бранш: инвестиционни кредити, кредити за оборотни средства и лизинг за покупка на земя. Те се отпускат по улеснена и бърза

процедура срещу много по-малко документи.

### **ОЩЕ ЗЕМЯ НА ЛИЗИНГ**

Но „Агрион Финанс“ направи и нещо повече. Компанията стана първата в своя бранш, която предложи лизинг за покупка на земя без самоучастие. Дружеството осигурява на 100% финансиране на сделката - т.е. клиентът директно да погасява лизинговите си вноски, без да влага първоначални собствени средства накуп. Никога досега покупката на земя не е била толкова достъпна.



### **ЛИЧЕН ЗЕМЕДЕЛСКИ БРОКЕР**

„Агрион“ е единствената компания в България, която предложи ексклузивни услуги по частно управление на земеделски портфейл, подобно на частното банкиране. Това включва изготвянето на индивидуална стратегия за инвестиции в земя, управление на вече закупени парцели и осигуряване на доходност, по подобие на частното банкиране, но изцяло в сферата на земеделските активи. Консултантите на компанията правят лични консултации в удобно за клиента време и място и подготвят цялостен микс от решения спрямо неговите финансови нужди и най-вече спрямо реалностите на пазара.

През 2016 г. „Агрион Финанс“ бе отличено за приноса си в развитието на земеделието в България на годишния конкурс „Мистър и Мисис Икономика“, организиран от Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България (КРИБ). За по-малко от година дружеството реализира сделки във всички земеделски общини, а предоставените средства са от 10 000 до 2.5 млн. лв.





**АГРОМАХ ЕООД**

Производствена база  
Агромах

община Благоевград

2709 Бело поле

+359 73 86 12 00 (централа)

+359 882 994 319

+359 73 58 22 30 (факс )

office@agromah.bg

www.agromah.bg

## „Агромах“ разгръща потенциала си зад граница

„Агромах“ е българска частна компания, създадена през 1995 г., лидер в сектора на инфраструктурното строителство и производството на материали за сектора.

За над 20 години компанията е изпълнила над 300 обекта - инфраструктурни проекти, ВиК, пречиствателни станции, спортни съоръжения и др. Построени са над 100 км магистрален път, над 1000 км нови и рехабилитирани пътища от републиканската пътна мрежа. Изградени са над 10 км жп път, над 1000 км водопроводна и канализационна мрежа.

Компанията извършва сезонна поддръжка на над 1000 км пътна инфраструктура, от които над 100 км магистрален път.

Само за периода 2011-2016 г. компанията е изпълнила проекти за над 200 милиона евро.

### ИНВЕСТИЦИИ В ПРОИЗВОДСТВО И ЧОВЕШКИ КАПИТАЛ

Компанията инвестира над 30 милиона лева в обновяване на технологичния си парк и мощностите в производствените си бази. „Агромах“ изповядва корпоративна философия, че с интелигентно управление, планиране на ресурсите и инвестиции в нови технологии се постига максимален професионален резултат.

### ПАЗАРИ

В последните няколко години „Агромах“ се превърна във водеща строителна компания в България. От 2016 г. дружеството инвестира в развитието на международен отдел, който има за цел да разгръне потенциала на „Агромах“ зад граница, стартирайки с региона на Балканите.

### МОДЕРНИЗАЦИЯ И ИНОВАЦИИ

„Агромах“ е пионер в сектора и инвестира в иновативна техника, за да поддържа своята конкурентоспособност и експертиза. Компанията притежава пълна гама пътностроителна техника и механизация - над 1500 машини и съоръжения, които покриват целия спектър на производство, строителство и транспорт. „Агромах“ е първата българска компания, която закупи фрезите Wirtgen от ново поколение и концепция. Компанията инвестира и в асфалтолагачи от последно поколение, Vögele SprayJet и два рециклатора.

Компанията се дигитализира изключително през последните 3 години и това е в отговор на нуждата за ефективни проекти.

Иновативният технологичен парк изисква и екип на изключително високо ниво, което се осигурява чрез регулярни квалификации.

През изминалия зимен сезон в „Аг-







**Виктор Велев, изпълнителен директор:**

**Успехът на „Агромах“ се дължи на професионализма на нашия екип и непрестанното любопитство на компанията към новите технологии в сектора на инфраструктурното строителство.** Това е кратката версия на нашата формула за развитие. Извървахме дълъг път, над 20 години, за да застанем в челните места на големите строителни компании в бранша. Това означава много работа, но и много проблеми, с които се справяме ежедневно. Пред нас стои ново сериозно предизвикателство - тази година стартира строителството на Лот 3.1. от автомагистрала „Струма“ в участъка Благоевград - Крупник с дължина 12,54 км, който включва и голям брой съоръжения.

**Всички помнят как се справихме за изключително кратък срок със строежа на Лот 4 на АМ „Струма“,** който трябваше да бъде завършен навреме от нас, за да навакса само за 5 месеца акумулираното забавяне от предишния изпълнител, за да не се компрометира целият проект за магистралата. Сега продължаваме със строителството на новия лот, което е основна задача пред компанията.

ромах“ се проведе и мащабно обучение, вкл. на техника CATERPILLAR, за да подготвят екипите за работа с новите машини и технологии.

### **СОЦИАЛНА АНГАЖИРАНост**

Секторът строителство не е единственият, но е сред основните потърпевши от липсата на квалифицирани кадри. „Агромах“ е в тясна връзка с Професионална гимназия по строителство, архитектура и геодезия в Благоевград, с чийто екип си партнира в областта на осигуряване на стажове в реални условия за обучаващите се. По инициатива на компанията Професионалният колеж по икономика в града ще реализира проект за разкриване на нова специалност, свързана с обучението на кадри за управлението на строителни машини.

Компанията е ежегоден партньор на Детския панайр, подпомага и инициативата „Любим учител“ и събития, провеждани от Американския университет в Благоевград. Като социално отговорна компания и един от най-големите работодатели в региона, „Агромах“ участва и в дарителски кампании.







ALADIN FOODS

**Aladin Foods**

бул. „Европа“ 119

1324 София

тел. 02/ 81 222 00

email: info@aladinfoods.bg

## Компанията, която промени пазара и печели от това

*Халед Харфан е сред младите бизнес лидери в България. Завършил е Американския университет в ОАЕ и от 2010 г. е мениджър на една от най-бързо и успешно развиващите се български компании - Aladin Foods. Управляващ фирма с нетен оборот за 2016 г. от 33,3 млн. лв. без ДДС и близо 1000 служители, Халед доказва, че качеството и приемливите цени са печеливш тандем, който ти позволява да растеш като производител и търговец не само тук, но отваря и вратите за международни пазари.*

**Aladin Foods е най-голямата българска верига за бързо хранене. Успяхте ли да промените нещо в местния пазар през последните години?**

- Да, Aladin Foods е българска съвременна и отворена компания, която промени културата на клиента за бързите сандвичи и закуски в страната. През годините повлияхме върху начина на приготвяне и качеството на храната не само в заведенията ни, но и в бранша. Aladin Foods допринесе значително за стандартизацията при приготвянето на дюнери и сандвичи и при конкурентите. Показахме на клиента високо ниво на работа и същевременно задържахме приемливи за пазара цени.

Станахме фактор за ценообразуване не само при баничарниците, но и при международните вериги. Без нас цените на бързата храна щяха да са с 20% по-високи. Aladin Foods е фактор на пазара и относно качеството на изпълнение.

**Как една българска компания като Aladin Foods допринесе за развитието на икономиката и по-добрия стандарт на живот на българина?**

- Фирмената политика на Aladin Foods гарантира на 100%, че всяка покупка от наш обект минава задължително през касовия апарат. Успяхме да научим всеки клиент да взима касова бележка, независимо от това дали пазарува в малък или голям търговски обект. Продължаваме да се борим с нелоялната конкуренция, но е наистина трудно. Ние сме съвестни данъкоплатци, които не работят на черно, а напротив - допринасят за развитието на икономиката в страната. Компанията ни е лоялен работодател, осигуряващ заплата на близо 1000 души. Ние приготвяме храната с отговорност към всеки клиент - при нас идват над 30 000 човека дневно и се продават близо 33 000 порции. Да, не сме перфектни и понякога грешим. Но се учим от грешките и с всеки изминал ден ставаме по-добри, а един ден ще станем и №1 по абсолютно всички критерии.



**Халед Харфан, управител на Aladin Foods:  
Без нас цените във fast food сектора  
щяха да са с 20% по-високи**



**Производствените бази на компанията са важен дял от бизнеса ви. Капацитетът им само вашите нужди ли покрива?**

- Имаме собствени цехове за картофи и сос, фурна за арабски хляб. Имаме и транжорна за приготвяне на пилешки продукти. Производствените ни бази са оборудвани с нови машини и технологии спрямо световните стандарти. Така станахме един от най-големите производители и дистрибутори на пресни картофи, пилешки шишове, арабски питки и патентован сос „Аладин“. Доставяме суровини за сандвичи до много партньори и фирмени магазини за пилешко месо, дюнери, арабски хляб и сосове. Предвиждаме да разширим капацитета на транжорната - от 14 т да пласираме 20. Така отново ще повишим обема и ще подобрим качеството на крайния продукт.

**През 2016 г. стартирахте франчайз програма. Какво би могъл да спечели един предприемач, инвестирал в обект на Aladin Foods? Какъв трябва да е размерът на инвестицията?**

- Интересът към франчайз програмата на Aladin Foods е голям. Често обаче хората не осъзнават реалния размер на инвестицията - средно - 1,200/кв.м за изграждане, ремонт, оборудване и франчайз такса за обект. Партньорството с Aladin Foods е подходящо за стартиращи предприемачи с интерес към fast foods сектора. Те получават пълна подкрепа и ноу-хау от нас. Aladin Foods дава рентабилност, печалби и сигурност - потвърдени от успешно откритите

ни 32 обекта в страната. Най-голямото предимство на програмата е възможността за избор между един от двата франчайз модела, спрямо финансовия ресурс и желанието за пряко ангажиране на предприемача с проекта. При първия вариант франчайзополучателят има право да открие и управлява обект под марката Aladin Foods от свое име и за своя сметка. При втория вариант той инвестира в действащ обект от веригата ни като съдружник в дружество с ограничена отговорност и не се ангажира пряко с дейността. В първия случай партньорът разполага с готов бизнес модел, а очакваната печалба е висока. Във втория случай се инвестира съгласно наличния ресурс и минималният риск би оправдал бързото възвръщане на първоначалната инвестиция.

**Aladin Foods е първата българска компания, която публично се опълчи срещу корупцията. Какъв беше ефектът за вас и като цяло за бранша?**

- В бизнеса конкуренцията е жестока и от теб зависи дали да участваш в подобна схема, или не. Публичното ни противопоставяне има висока цена. След случая с БАБХ смятам, че ефектът за бизнеса бе положителен. След медийния шум останалите предприемачи придобиха увереност и съм сигурен, че порочните практики намаляха. Клиентите ни се припознаха в кампанията #NOCorruptionBG и ни подкрепиха. Истината е, че ако и други последват примера ни, ефектът за българското общество и икономика би бил много по-силен. Корупцията е най-големият бич за България и Aladin Foods ще продължава да се бори с нея.





**АЛИАНС ПРИНТ**  
пълноцветно обслужване



**15 ГОДИНИ УСПЕХ С  
ВСИЧКИ ЦВЕТОВЕ НА ДЪГАТА**



# 5

## ГОДИНИ

# КМЕТ НА ГОДИНАТА

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

*С подкрепата на:*



**Lucky BANSKO  
Spa & Relax**  
APARTHOTEL \* \* \* \* \*



**OPEL**



**ECONOMIC·BG**

**AGRESSIA**

**МЕТРОРЕКЛАМА**

СПИСАНИЕ  
**ИКОНОМИКА**







# ALCOMET

„Алкомет“ АД

Втора индустриална зона

9700 Шумен

Тел.: +35954 858 601

Факс: +35954 858 688

E-mail: [office@alcomet.bg](mailto:office@alcomet.bg)

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



## Лидер в производството на алуминиеви изделия

„Алкомет“ АД е лидер в производството на алуминиеви валцови и пресови изделия с 35-годишна история.

### ПРОИЗВОДСТВО

„Алкомет“ произвежда пълната гама алуминиеви полуфабрикати - домакинско, техническо и контейнерно фолио, листа и ленти, финсток. Компанията предлага впечатляващо широк производствен асортимент от алуминиеви профили, над 6500 вида - стандартни и по чертеж на клиента, елоксирани, прахово боядисани, с приложение в строителството, автомобилната индустрия, транспорта и други сектори. Предлагат се и допълнителни обработки на профилите като рязане, пробиване, пясъкоструене. „Алкомет“ има възможността и опита да създава уникални решения - технологични, конструктивни, продуктови - според потребностите и очакванията на всеки клиент.

### КОНКУРЕНЦИЯ

„Алкомет“ се утвърди като ключов производител на домакинско фолио в Европа и през миналата година достигна 25% пазарен дял, докато през 2015 г. държеше 20% от пазара. Компанията се нарежда сред 100-те най-

добри български фирми по приходи от дейността и ръст на печалбата, както и сред 20-те най-големи български износители. Над 90% от продажбите са насочени към страните от ЕС, като близо една четвърт от продукцията се изнася в Германия. Сред по-големите пазари са Полша, Италия, България, Франция, Испания, Дания, Австрия, Холандия и Унгария.

### ПРЕСТРУКТУРИРАНЕ

През миналата година „Алкомет“ продължи да следва стратегията си за реструктуриране на продуктовия микс към изделия с по-висока добавена стойност. В резултат на това има значителен ръст при продажбите на специални, боядисани и елоксирани профили, докато при стандартните се отчита леко понижение. При валцовите продукти също има динамика - увеличение при продажбите на обмазано и домакинско фолио, а намаление при листата и лентите.

### ПЛАНОВЕ ЗА НОВ РАСТЕЖ

Нетните приходи от продажби през 2016-а са 316,7 млн. лв. През миналата година дружеството започна двугодишна инвестиционна програма на стойност 40 млн. евро, която се очак-



## ЧИСЛАТА ГОВОРЯТ

- Над 900 души работят в компанията
- 316,7 млн. лв. са нетните приходи от продажби през 2016 г.
- 150 млн. лв. са инвестициите от приватизацията на предприятието до 2016 г.
- Над 40 млн. евро ще бъдат вложени чрез двугодишната инвестиционна програма, която започна през 2016 г.

ва да увеличи капацитета на завода с 35% до 100 хил. т годишно. Компанията ще разшири и портфейла си с продукти отново с фокус към по-специалните изделия, в резултат на което оборотът се планира да нарасне до около 500 млн. лв. Броят на работниците също ще бъде увеличен с около 100 души до 1000. Инвестицията се финансира със собствени средства и банков заем и се очаква да се изплати за пет години.

### СЕРТИФИКАТИ

Компанията е сертифицирана по ISO 9001:2008 - системи за управление на качеството; ISO 14001:2004 - системи за управление по отношение на околната среда; BS OHSAS 18001:2007 - системи за управление на здравето и безопасността при работа; EN 15088:2005 - конструкционни продукти за строителството.

### ПРИНЦИПИ

„Алкомет“ има свои корпоративни принципи, които следва:

**Лоялност** - да е надежден партньор, който предлага най-доброто обслужване и оказва подкрепа на клиентите за тяхното развитие.

**Отговорност** - в отношението към околната среда и обществото, към нашите служители и нашите партньори.



**Адаптивност** - да се приспособява към динамичните пазарни условия и постоянно променящите се потребности на клиентите.

**Прозрачност** - във всички действия се спазват най-високите стандарти на честност и професионализъм.

### ЕКОЛОГИЯ

Опазването на околната среда и ефективното използване на природните ресурси са сред основните приоритети в развитието на „Алкомет“. Производствената дейност се осъществява в съответствие с европейските директиви, въведени и в българското законодателство. Използват се най-добрите технически и технологични решения, гарантиращи високо ниво на пречистване на използвания воден ресурс и на отделяните емисии в атмосферата. С активната си политика и предприетите мерки в областта на опазване на околната среда „Алкомет“ следва визията си за успешен бизнес, работещ в интерес на обществото.



**Фикрет Индже,**  
председател на Надзорния съвет:

Независимо колко интелигентни и талантиви сме, нашият успех като предприемачи зависи от способността ни да вдъхновяваме екипа. Работата в екип дава възможност да се изгражда обща визия и тогава идва успехът. **Единството е сила.**





# Altınbaş

Diamond

Altınbaş

бул. „Витоша“ 68

София

<http://www.altinbas.bg/>



## „Алтънбаш“ - светът на диамантите

С повече от 60-годишния опит и международните инвестиции, които правим, ние всяка година увеличаваме приноса си в икономиката на света.

С дейността си в страни като САЩ, Германия, България, Македония, Кипър и Украйна, Алтънбаш спомага за увеличаване на заетостта и допринася за икономическото развитие в тези държави.

Нашият успех се дължи на корпоративните ценности, които сме запазили през годините, като иновативност, предприемчивост, креативност, постоянство и желание за непрестанно развитие и растеж. Диаманти Алтънбаш, като водещо звено на Корпорация Алтънбаш, са доказателство за нашата визия и мисия.

Ние поставихме началото на нов тренд и определихме правилата му. Развихме и увеличихме капацитета на производството си, запознахме клиентите със света на диамантите, въведохме нови понятия като „концептуални магазини“, „брандиране“ и „пласмент на маркови бижута“.

Най-важните показатели на нашия успех са наградите, които получаваме, огромният дял на износ и безбройните инвестиции, които имаме по цял свят.

Ние, като лидери в тази индустрия, поемем и управлението на сдружението на борсовите канали и сдружението на износителите на благородни метали и минерали. Приехме кризисните периоди като нови възможности и се развихме още повече и продължихме нашия път. Винаги на първо място за нас е била удовлетвореността на нашите почитатели - клиентите. Неслучайно Алтънбаш е избрана за „най-сигурната марка“.

Определихме целите си до 2023 г., като в световен план целим да достигнем 1000 концептуални магазина и да сме водеща компания в износа на бижута. Алтънбаш е единствената турска марка, която е част от световната конфедерация за бижута и ние с гордост продължаваме.

Дейността ни в България започна през 2000 г. Днес имаме 5 бутика в София и 1 в Слънчев бряг. През 2017 г. Алтънбаш направи най-правилния избор в лицето на г-н Станислав Съйков - директор маркетинг и финанси. Приехме програмата, създадена от него: до 2023 г. - измерване, промяна с постоянен механизъм на успех, 10 обекта и пълно покритие на пазара в България.

### Формулата за успех

**Станислав Съйков -**  
директор маркетинг и финанси:

**Как да максимализираме оптимума на пазара в България?**

Като се възползваме от техническия прогрес на днешния ден.

**Как да контролираме успеха?**

С финансова дисциплина.

**Как да притежаваме уменията да казваме „не“?**

Като не отказваме новите възможности.

**Как да не лежим „на славата си“?**

Като приемаме действията на промяната от всеки ден.





# Altınbaş

*Diamond*

*„Диаманти със  
сапфири за успехи!“*



*„За влюбените диаманти!“*



*„Аз и ти  
заедно завинаги!“*



*Мисия за по-блестящ живот!*



Бизнесът е в постоянна надпревара между новото, което създава, и технологиите, които няма как да не следва



## Идеите движат промяната, а не парите



Вече сме във времето на икономика, която не се основава толкова на капитали, колкото на знания, идеи, иновации. Бързината е определяща и вече не големият изяжда малкия, е бързият поглъща бавния. Жизненият цикъл на продуктите се скъсява и непрекъснато има нужда от иновации.

### НАДБЯГВАНЕ

Парите се насочват не толкова към разширяването на нови мощности, колкото към идеи, които ще донесат висока добавена стойност. Клиентите са много по-добре информирани, те търсят и сравняват офери, поставят своите изисквания и избират най-доброто. Инвеститорите са по-иновативни и са двигател на промяната. Живеем в т. нар. просветена конкуренция, където се състезават не капитали и производствени мощности, а идеи. Днес бизнес може да се стартира и бързо да се разшири с минимален капитал.

### БИБЛИОТЕКИ НА ПРЕДМЕТИТЕ

Утре е започнало от вчера и се налага да тичаме, за да не се окажем непреодолимо впримчени в стария свят, гласи едно от предупрежденията на Алвин Тофлър. Светът е в ерата на Четвъртата индустриална революция, която е уникална с дигитализацията, със сливането на технологиите и с тяхната широка достъпност. Днес достъп до интернет има поне половината от населението на Земята и това е фактор в новата икономическа динамика, в която светът е свързан. Именно това

е в основата на „споделената икономика“. Този феномен лавинообразно се развива, след като дигитализацията отвори нови канали за взаимодействие. Чрез споделената икономика може да се разменят стоки, услуги, пари, технологии“. Организаторите на такъв род бизнес обикновено не притежават материалните активи, а „инструментите на труда“ са собственост на самите клиенти. Формулата е „Ползвай, а не притежавай“. Така се създават своеобразни „библиотеки на предметите“, които не са собственост на доставчик на услугата. Ключът е новият „шеф“, властта принадлежи на интелекта.

### КОРПОРАТИВНИ АКТИВИ

Промяната става начин на мислене, а не е просто начин за оцеляване. Компаниите се стремят сами да създадат бъдещето, вместо да чакат то да ги застигне и да се нагодят към него. Управлението се децентрализира чрез реинженеринг, кооперативи, модел на холокрацията, проектни екипи, аутсорсинг. Човешкият потенциал, интелектуалните активи стават ключови за конкурентоспособността. Знанието се превръща в корпоративен актив. Битката за таланти се изостря и способните хора все повече диктуват условията по трудовия договор. Глобализацията влияе силно на мобилността на работната сила.

Промяната е факт вече въпреки нас. Има постоянна надпревара между новото, което създаваме, и иновациите, които ни карат да ги следваме.





## Побеждаващата комуникация

APRA Porter Novelli е комуникационна агенция, основана през 1994 г. След дългогодишна усилена работа за утвърждаването ѝ като надежден бизнес партньор в България, през 2012 г. агенцията разширява дейността си като открива свои офиси в Албания, Косово, Босна и Херцеговина, Черна гора и Сърбия. С цел засилване на взаимодействието между всички регионални офиси и по-добро партньорство между екипите, през 2015 г. те се обединяват под името APRA Porter Novelli Balkans Communication Group (APNBCG).

### ОПИТ И РЕПУТАЦИЯ

Агенцията има дългогодишен опит в разработването на комуникационни стратегии и програми за разрешаване на комплексни задачи, с влияние върху аудиторите с различен обхват и разнородни интереси. През годините APRA Porter Novelli изгражда репутация на най-високо ниво в сферата на управлението на проекти, доказва ангажимент за дългосрочни взаимоотношения и разбиране на приоритетите, носещи стойност за клиента, както и спазването на високи етични стандарти.

### РАСТЕЖ

Разрастването на агенцията в региона на Балканите дава уникална възможност на мултинационалния ѝ екип да работи по проекти, които обхващат множество пазари във и извън Европейския съюз, отговаряйки на потребностите и очакванията на различни целеви групи. Разнообразието в професионалната подготовка на служителите и сътрудници,

както и задълбоченото познаване на местните пазари са ключовите фактори за успеха на редица комуникационни кампании за региона, както и за реализацията на глобални идеи и инициативи на местно ниво.

### ТЕРИТОРИЯ

Корпоративната структура на APNBCG е изключително полезна за мултинационални корпорации като Coca-Cola, Nestle, Microsoft, Telenor, Beiersdorf и Bridgestone, като им предоставя възможности за централизирано, съгласувано управление и контрол върху техните проекти и кампании в региона. През последните години агенцията постепенно разширява своето клиентско портфолио в сферата на институционалния PR като продължава да печели търгове по проекти, финансирани от оперативните програми и структурните фондове на Европейския съюз.

### Томислав Цолов, управител:

**Вярваме, че успехът е въпрос на екип, който работи заедно с теб, а не за теб. Клиентите все по-често ще търсят един екип, който да предлага комплексни решения и да работи в пълна синергия, особено при трансгранични проекти в региона.**







## Магическият елемент в АстраЗенека са хората, иновациите и силата на науката

Като глобална биофармацевтична компания АстраЗенека има значим принос за откриването, разработването и маркетинга на иновативни медикаменти във важни терапевтични области като сърдечно-съдови заболявания, диабет, онкология, респиратор-

ни, инфекциозни и аутоимунни заболявания.

В България АстраЗенека присъства повече от 45 години в лицето на своите предшественици Zeneca PLC и ICI, и е една от динамично и бързоразвиващите се компании през последните години.



**Зоя Паунова:**

**Зоя Паунова е изпълнителен директор на АстраЗенека България и председател на Асоциацията на научноизследователските фармацевтични производители у нас.** Тя е магистър по фармация от Медицинската академия в София, завършила е бизнес образование в INSEAD, Франция, като е специализирала във Великобритания, Швеция и САЩ. Има над 25 години опит във фармацевтичната индустрия.



Достигаме нови хоризонти в науката, за да създадем **медикаменти, които ще имат съществен принос за подобряване качеството на живот и здравето на хората.**

Екипът ни се състои от 115 професионалисти, изповядващи културата „Аз мога“, ориентирани към резултатите, с потенциал и желание за развитие, силно ангажирани и уверени в изпълнението на стратегическите цели на компанията.

**Успехът ме мотивира, а предизвикателствата ме амбицират.** Зная колко мощна е добрата дума и от нея човек винаги има нужда. В екипа прочитът на препятствията е възможност да търсим нови пътища за постигане на целите.

**От спорта познавам страстта към победата** - философия, споделяна от екипа на АстраЗенека България. С поглед напред се вдъхновяваме от новите терапевтични решения, които компанията ще предложи, и от възможността заедно да ги направим достъпни за българските пациенти и за тяхното лечение.

Успехът е събирателна от много фактори, като магическият елемент в АстраЗенека са хората, иновациите и силата на науката.

Като част от компанията, докосната от величието на научното познание, **искрено се вълнувам от постигнатите научни открития** и вярвам, че те в положителна посока променят парадигмата за лечение на пациентите.





НОВИЯТ JAGUAR F-PACE  
ВРЕМЕ ДА СМЕНИШ СТИЛА  
СЕГА СЪС СПЕЦИАЛНИ СЕЗОННИ УСЛОВИЯ



Jaguar F-PACE е първият SUV в историята на Jaguar и е създаден да осигурява пъргавината, реакциите и финеса, характерни за всички автомобили на „британската котка“, заедно с ненадмината динамика и ежедневна практичност. Уникален с напредничавата си алуминиева конструкция F-PACE комбинира изчистени линии, повърхност и пропорции, вдъхновени от спортиста F-TYPE. Интелигентното 4x4 задвижване, модерните full-LED фарове, разнообразната гама от новите Ingenium двигатели и най-доброто в класа багажно пространство допринасят „британската котка“ да се превърне в перфектната комбинация от лукс, спортно поведение и функционалост.

F-PACE се предлага с 5 г. гаранция и 3 г. безплатно сервизиране, а сега и със специални сезонни условия. Научете повече в най-близкия дилър на Jaguar до Вас.

[jaguar.bg](http://jaguar.bg)

Мото-Пфое Люлин в София – тел. 02/ 984 2 245    Мото-Пфое Варна – тел. 052/ 680 265

THE ART OF PERFORMANCE

Изображението е с илюстративна цел. Jaguar F-PACE: ср. разход – 4,9л/100 км, CO<sub>2</sub> емисии – 129 г/км за двигател 2.0 i4D.

**5** ГОДИНИ ГАРАНЦИЯ  
**3** ГОДИНИ JAGUAR CARE  
БЕЗПЛАТНО СЕРВИЗИРАНЕ





## Аурубис - водещият производител на мед и медни продукти в Европа

Аурубис е водеща интегрирана група за производство на мед и световен лидер в рециклирането на медни отпадъци. Ние произвеждаме 1 млн. тона медни катооди всяка година и различни медни продукти от тях. Производствената ни експертиза е движещата сила на нашия успех. Клиентите на Аурубис са компании от областта на медопереработването, електроинженерството, електрониката и химическата индустрия, строителството и автомобилостроенето.

Медодобивният завод на Аурубис Групата в България се намира в региона на Средногорието. Той е построен през 1958 г. и се състои от четири основни производствени единици: металургично производство, рафинерия за катодна мед, производство на сярна киселина и обогатителна фабрика.

През 2016 г. производството на Аурубис България възлиза на 300 000 тона анодна мед, 215 000 тона катодна мед и 1 000 000 тона сярна киселина.

В компанията работят 850 служители.

За периода от приватизацията на дружеството през 1997 г. до края на 2015 г. за модернизиране на производството и опазване на околната среда са инвестирани над 540 млн. евро, за което са получени редица отличия, включително „Инвеститор в опазване на околната среда“ (2014 г., Българската агенция за инвестиции).

През следващите няколко години Аурубис България има конкретна стратегия за развитие в няколко сфери на действие. Всички те са част от инвестиционна програма, която има за цел превръщането на завода в Средногорието в металургично предприятие от най-висок световен клас.

Първата стъпка от тази програма бе реализирана през 2016 г. с един от най-масштабните ремонти на основното оборудване, което ще позволи безпроблемно функциониране на производството за следващите десет години. Повече от 50 фирми и 1200 работници работиха на територията на завода по време на Ремонт 2016.

В момента Аурубис България достигна до върхова позиция от създаването си, но не спира да надгражда



„Визия 2025“ е резюмирана в три кратки изречения:

**Страст към металургията.  
Метали за напредък.  
Заедно с вас.**







постигнатото и да гарантира устойчиво развитие на най-големия производител на мед и медни продукти в Югоизточна Европа.

През месец март тази година Аурубис Групата представи пред Общото събрание на акционерите си своята визия за бъдещо развитие. „Визия 2025“

“

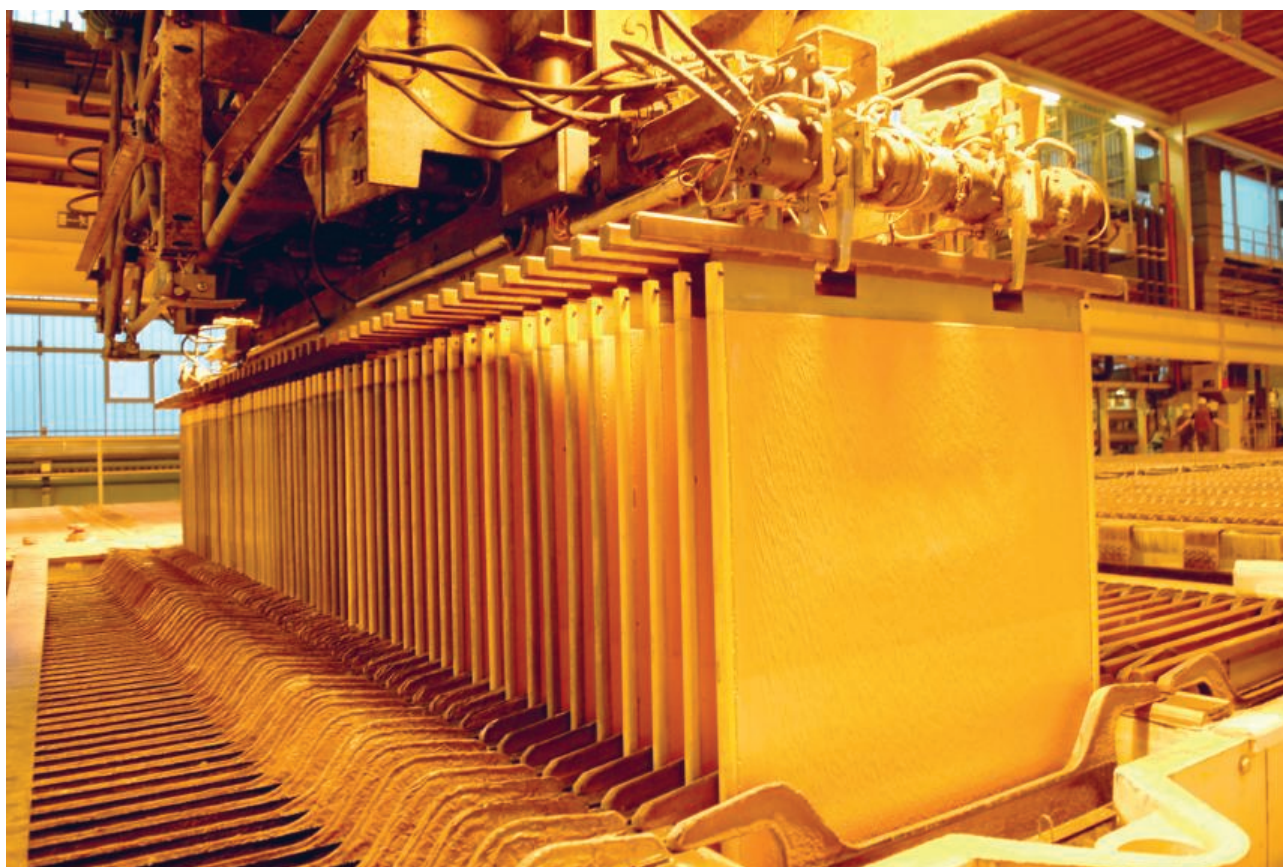
За периода от приватизацията на дружеството през 1997 г. до края на 2015 г. **за модернизиране на производството и опазване на околната среда са инвестирани над 540 млн. евро**

”

е резюмирана в три кратки изречения: Страст към металургията. Метали за напредък. Заедно с вас.

Медта продължава да бъде най-важният метал, но извличането и на други метали е потвърден важен компонент в портфолиото на компанията. Групата цели да се превърне от производител на мед в производител на много метали и да разшири позицията си в това направление. „Визия 2025“ също така предвижда Аурубис да расте във вътрешен и външен мащаб.

За да реализира своята визия, компанията иницира трансформационна програма - „ЕДИНЕН Аурубис“, която включва проекти, насочени към бъдещо развитие и адаптиране на стратегията, организационната структура, подобрения на процесите, развитие на хората, фирмената култура и комуникация.







**НИЕ СМЕ ОТЛИЧНИ МЕТАЛУРЗИ:**

Движени от иновации, ние сме лидерите в устойчивото преработване на първични и вторични суровини.

**НИЕ РАСТЕМ:**

Надграждайки професионалната си експертиза в областта на медта, развиваме нашия бизнес модел и засилваме международното си присъствие. По този начин осигуряваме отлични финансови резултати.

**НИЕ СМЕ ПРЕДПОЧИТАН ПАРТНЬОР:**

Заедно с нашите клиенти и доставчици разработваме решения, които създават стойност.

**НИЕ ДЕЙСТВАМЕ КАТО ЕКИП:**

Развиваме индивидуалните умения на всеки работник и служител и градим заедно бъдещето на Аурубис.

**НИЕ СЕ УСЪВЪРШЕНСТВАМЕ С ВСЕКИ ИЗМИНАЛ ДЕН:**

Нашият водещ принцип е непрекъснато подобрене във всичко, което правим.

## Our Vision 2025

Passion for metallurgy. Metals for progress.  
Together with you.





## Любимата марка на България

Търговската марка е лицето на всяка компания. А ролята ѝ се засилва, когато тази компания работи в среда на свръхконкуренция. Разпознаваемостта на бранда и доверието в него са основен начин за привличане на клиенти. Или иначе казано в съвременния свят името на продукта е с огромно значение за потребителя.

Затова, без да поставяме ограничения в отговорите, попитахме читателите на [Ecopotic.bg](http://Ecopotic.bg): Коя е любимата Ви марка в България? В анкетата участваха над 10 000 читатели, които категорично избраха своята любима марка. А тя е американската Apple - създател на популярните устройства iPhone и iPad.

В Топ 5 на класацията на нашите читатели са:



За този резултат може би най-голяма роля изиграва имиджът на компанията по цял свят. Причината потребителите да им се доверят не е една. Това са пет от най-разпознаваемите марки не само в България, но и по целия свят. Те са изградили добрия си имидж именно защото следват своя философия и

принципи. Компании, които с годините са спечелили доверието на хората и са превърнали името си в силен икономически потенциал. Apple е международен бранд, който печели множество класации. През 2016 г. марката на компанията бе избрана за най-високо оценена, най-влиятелна и още няколко „най“.



# BILLA

БИЛЛА  
БЪЛГАРИЯ ЕООД

Централен офис

бул. „България“ 55

1404 София

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



## БИЛЛА България: Бизнес с кауза

### КАЧЕСТВО ЗА ВСЕКИ

BILLA България е част от германския търговски и туристически концерн REWE Group. Компанията стъпва на българския пазар през 2000 г. и става първата международна търговска верига супермаркети у нас. 17 години по-късно равностметката за BILLA е: 110 магазина в 37 български града, над 4300

служители и хиляди доволни клиенти в цялата страна. Мотото на компанията е „Качество за всеки“ и затова в супермаркетите от веригата потребителите винаги могат да открият разнообразие от висококачествени продукти на достъпни цени. BILLA е любима верига за пазаруване на българите според единствената потребителска класация у нас - ЛЮБИМИТЕ МАРКИ 2016.



### ИНВЕСТИЦИИ В БЪЛГАРСКАТА ИКОНОМИКА

Освен доверен партньор на потребителите, BILLA България е и един от най-значимите инвеститори у нас, който с дейността си стимулира родната икономика. Търговската верига има амбицията да разширява обема на българските продукти в магазините си и затова непрекъснато увеличава броя на производителите, с които работи директно. Над 90% от фирмите партньори на BILLA са български. През годините компанията е реализирала редица успешни проекти в подкрепа на родното производство.

### ЩАСТЛИВИ КЛИЕНТИ

В стремежа си да предлага на по-





“

Търговската верига има амбицията да разширява обема на българските продукти в магазините си и затова непрекъснато увеличава броя на производителите, с които работи директно

”



требителите си разнообразие от качествени продукти на ниски цени търговската верига активно развива собствените си марки - Clever, Billa Brand и Billa Premium. Компанията селектира внимателно доставчиците, с които работи, като много от тях са български. Към днешна дата близо 10% от оборота на Billa България минава именно през собствените ѝ марки.

Мотото на Billa „Качество за всеки“ намира изражение и в политиката на компанията по отношение на лоялните клиенти. Чрез програмата за лоялност Billa Card търговската верига прилага индивидуален подход към всеки потребител, като му дава възможност да купува качествени продукти с изгодни отстъпки от цената на над 600 специално подбрани стоки всеки месец. Именно заради програмите за лоялност българските потребители отсъдиха на Billa златен медал QUADAL в независимо проучване на швейцарската организация ICERTIAS. Търговската верига бе отличена и в категориите: „Пресни плодове и зеленчуци“ и „Прясно месо“.

### ГРИЖА ЗА ОКОЛНАТА СРЕДА

Един от основните приоритети на Billa е по-добро управление на въздействието върху природата. За целта през 2016 г. търговската верига въведе системата за мониторинг на консумацията на електроенергията „ЕЛЕКТРА“, която е внедрена във всички 110 магазина на Billa в България и дава възможност да се правят анализи на консумацията на енергия. Заради инициативите си в сферата на екологичната устойчивост Billa България получи важно признание в европейски мащаб, като се класира за финала на Европейските награди за околна среда. Това е уникално постижение, тъй като за първи път българ-

ска компания достигна до този етап на авторитетния конкурс.

### ГРИЖА ЗА ОБЩЕСТВОТО

Billa България работи по редица проекти, с които се стреми да помага на нуждаещи се и да допринесе за разрешаването на наболели социални проблеми. Компанията е първата търговска верига у нас, която въведе политика за асистирано пазиране на незрящи хора във всички свои магазини.

Съвместно с Фондация „Искам бебе“ Billa подпомогна 6 двойки с репродуктивни проблеми, за които бяха предоставени средства за ин витро процедури. В рамките на кампанията „За повече деца в България“ бяха събрани 24 900 лв. от продажба на картички в магазините от веригата.

По инициатива на Billa през 2016 г. бе дадено началото на националната кампания „Ние обичаме България“, която цели подпомагането на паметници на културата, част от Стоте национални туристически обекта на България. В първото издание на проекта бе подкрепена реставрацията на Паметника на свободата на връх Шипка. В рамките на инициативата се проведе голям благотворителен концерт в зала „Арена Армеец“, който привлече над 9000 зрители. Като резултат от цялата кампания бяха събрани над 66 000 лв.

„Ние обичаме България“ продължава и през 2017 г., като този път бе подкрепен Мадарският конник. Кулминацията на инициативата отново бе грандиозен благотворителен концерт на 31 май в зала „Арена Армеец“, който събра на една сцена едни от най-обичаните български изпълнители.





Биовет АД

ул. „Петър Раков“ 39

4550 Пещера

Тел: (0350) 656 36

(0350) 656 07

e-mail: biovet@biovet.com



## Водещ европейски производител в областта на биотехнологиите

Биовет АД е водещ европейски производител в областта на биотехнологиите, с повече от 60 години традиции и опит, който разполага с над 6000 кубически метра ферментационен капацитет, разпределен между заводите в градовете Пещера, Разград и Ботевград.

Дружеството произвежда посредством биосинтез (ферментация) активни субстанции, хранителни добавки, кокцидиостатици, ензими, пробиотици и готови лекарствени форми за ветеринарната и хуманната медицина. Неговите продукти се продават по всички континенти и в над 90 страни по света.

В Европа се реализират 30% от продукцията, в САЩ и Канада повече от 40%. Останалите продажби са в страните на Латинска Америка, Азия и Австралия.

Биовет АД произвежда своята продукция на производствените си площадки в Пещера, Ботевград и Разград. Общият брой на заетите надхвърля 1800 души. Ние се стремим да поддържаме дългосрочни отношения с нашите служители. Голяма част от тях работят повече от десет години при нас и техният опит и експертиза са от ключово значение за развитието на дружеството.

През изминалите десетилетия производството на Биовет АД се е определяло и структурирало според про-

менящите се изисквания на пазара. От основаването си до днес фирмата е разширила няколко пъти производствения си капацитет и разполага със специализирани ферментационни мощности, цехове за производство на технически продукти и за изолиране и пречистване на химически чисти активни субстанции, линии за стандартизиране и формулиране. Произвеждат се още таблетки, сашети и инжекционни форми. Налични са лаборатории за контрол на качеството от входящите суровини до готовата продукция, редица помощни енергийни съоръжения.

Освен производствена, Биовет АД развива и активна научно-развойна дейност, в която работят над 100 висококвалифицирани специалисти. Има модерно оборудвани микробиологични, химични и биоинженерни лаборатории за подобряване на съществуващи и развитие на нови технологии и тяхното мащабиране до производствени обеми.

Дружеството проявява сериозна инициатива и отговорност към необходимостта от опазване на околната среда чрез активна политика и дейности по използване и управление на отпадъците и разполага със съвременни пречиствателни съоръжения. Фокусът в дейността ни е върху осигуряване необходимото качество, ефикасност и безопасност на произвежданите продукти в съответствие с изискванията на Добрата производствена практика (GMP).



Продуктите на Биовет се продават в над 90 страни и по всички континенти







Биовет проявява сериозна инициатива и отговорност към **необходимостта от опазване на околната среда чрез активна политика** и дейности по използване и управление на отпадъците



Фирмата непрекъснато инвестира в разширяване и модернизация на производствените сгради и съоръжения, автоматизиране на производствения процес, изграждане на модерни лаборатории и складови помещения.

Плановите за развитие на фирмата и посрещане на нарастващото търсене водят до решението за стартирането на нова мащабна инвестиция.

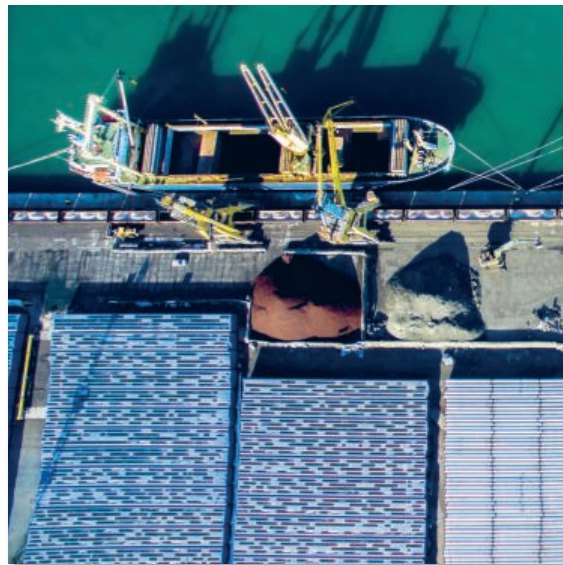
Проектът се предвижда да се осъществи изцяло на зелено. Включва нови ферментационни мощности за над 3000 кубически метра, което представлява петдесет процента увеличение на съществуващите такива; цехове за преработка, сушене, формулиране и пакетиране на продуктите; цялостната енергийна система, необходима за това производство от: подстанция с високо напрежение и съответните понижавачи съоръжения, производство на пара и сгъстен въздух, доставка и производство на технологична вода и вода за охлаждане. Ще бъдат необходими пречиствателни съоръжения, складови площи, както и пълна подземна и надземна инфраструктура. Проектът ще бъде реализиран при пълното спазване на европейските екологични норми и стандарти. Стойността на инвестицията е 150 млн. евро и ще бъде реализирана за 24 месеца. Осъществяването на тази инвестиция ще доведе до откриването на 150 работни места. Проектът ще е от важно социално и обществено значение за развитие на региона. Ще бъдат привлечени висококвалифицирани специалисти: инженери, биолози и химици. Много важно ще бъде

развитието на различни форми на сътрудничество със средните специални и висшите учебни заведения за обучение и подготовка на специалисти.

Биотехнологиите са високотехнологичен отрасъл и е сред приоритетните за индустриалното развитие не само за България, но и за Европа. С реализирането на тази инвестиция Биовет АД ще се превърне в една от водещите европейски компании в тази област.







„БМФ  
ПОРТ БУРГАС“ ЕАД  
ул. „Княз Ал. Батенберг“ 1  
8000 Бургас  
Тел.: +359 56 898 612  
Факс: +359 56 898 613  
office@navbul-portburgas.com  
www.navbul-portburgas.com

## Усъвършенстването е наш постоянен стремеж

„БМФ Порт Бургас“ ЕАД е частен пристанищен оператор на терминал „Бургас Изток II“ и терминал „Бургас Запад“, части от Пристанище за обществен транспорт с национално значение Бургас, предоставени с концесионни договори, съответно от 2012 г. и 2013 г. Развитието на съвременни концепции за пристанищни дейности и услуги е най-висок приоритет за управлението на БМФ Порт Бургас. До момента над 51 млн. евро са вложени в

реhabилитация на съществуващата инфраструктура на двата терминала и модернизация на механизацията.

Дружеството може да се похвали с единственото за България специализирано съоръжение за обработка на втечнени въглеродородни газове /LPG/. Пристанището разполага и с високотехнологичен силозен комплекс за обработка на зърнени товари с общ капацитет 83 000 т<sup>3</sup> зърно. Сериозни инвестиции

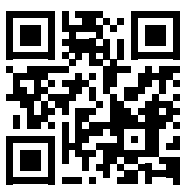


**МИХАЕЛА АТАНАСОВА,**  
ръководител отдел „Продажби“:

Голямата динамика на пазара на товари ни налага да сме гъвкави в своите предложения както за да привличаме нови клиенти, така и за да запазим вече наличните. Съвместно с тях разработваме съвременни технологии за обработка на товари. В момента основна част от инвестициите ни са насочени към:

- Технологични съоръжения и склад за разтоварване на меден концентрат - очакван годишен товарооборот от 1 млн. тона;
- Специализиран терминал за обработка и съхранение на сярна киселина - очакван годишен товарооборот от 1 млн. тона;
- Специализиран Ро-Ро Терминал с 3 нови корабни места с обща дължина 120m;
- Реконструкция на буферен склад за наливни товари - капацитет 5000 т<sup>3</sup> ;
- Увеличаване на контейнерния трафик през Бургас, спазвайки тенденцията от 35% ръст в броя обработени TEU за период от 4 години.

**В стремежа си да откликнем на нуждите и очакванията на нашите клиенти, ние постоянно разширяваме обхвата и качеството на услугите, които предлагаме. Доказателство за добре свършената работа е ръстът в товарооборота за периода 2012-2016 г. от близо 100%, осреднена стойност за всички видове товари.**







**АТАНАС СТАМАТОВ** - ръководител отдел  
„Безопасност, здраве и околна среда“:

Адекватното отношение към здравето и безопасността на работното място е проява на здрав разум в бизнеса и е също толкова важно, колкото и постигането на всяка друга ключова бизнес цел. **В Пристанището спазваме добрите международни практики по отношение безопасността на работа, политиката ни е изградена върху фундаменталния принцип „Safety first“**. Културата на безопасна работа във всички аспекти на дейностите в Пристанището е от основно значение за нас. Използваме последните течения в анализа и оценката на риска и ежедневен подход към трудовата безопасност.



са реализирани и при внедряването на нова Терминална операционна система - „NAVIS N4“, за администриране и управление на контейнерния трафик в порта. Настоящият капацитет на контейнерния терминал е 200 000 TEU годишно, което се равнява на целия контейнерен трафик в България в момента. Съоръженията в порта на практика позволяват обработката на всякакви видове товари: насипни /зърно, концентрат, въглища, торове, руди и др./, наливни /LPG, дизел и др./, генерални /метални продукти, оборудване и др./ и проект товари, контейнери.

Към момента в БМФ Порт Бургас работят над 800 човека. Дружеството разполага с Център за професионално обучение, в който се извършва начална професионална квалификация, преквалификация и повишаване на квалификацията на кадрите.

Като пристанищен оператор, БМФ Порт Бургас е ангажиран с изпълнението на предоставените дейности по екологично и социално отговорен начин и в съответствие с приложимото национално и европейско законодателство, редица международни конвенции /напр. ISPS Code/, протоколи и стандарти.





**Бранд Медия  
България ЕООД**

ж.к. Яворов, бл.73,  
ет. 6, ап. 11

1111 София

Телефон: 02/ 852 96 99,  
02/ 852 96 96

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



## Кmeta.bg - порталът на българските общини

КМЕТА.бг е една от най-бързо развиващите се медийни групи в България. Тя е единствената национална медия, посветена на местната власт. Неин издател е „Бранд Медия България“.

Нашите издания представят в детайли работата на всичките 265 общини в България, в които работят над 120 000 души от общинската и областната администрация.

Разполагаме с мрежа от кореспонденти, обхващаща територията на цялата страна.

Сайтът Кmeta.bg е леснодостъпен начин всеки да научи за постиженията както на големите градове, така и на най-малките населени места. Той съществува от есента на 2012 г., като стартира на Деня на българската община - 12 октомври 2012 г.

Всяка община е представена в портала със собствена подстраница, в която освен водещите новини, са опи-

сани забележителностите ѝ, проекти, по които работи общинската администрация, както и представяне на кмета.

Сайтът бе отличен със специалната награда на международния медиен фестивал Mediamixx 2013.

Кmeta.bg организира единствени конкурси на територията на България „Кмет на месеца“ и „Кмет на годината“, в които отличават заслужилите градоначалници и така дава трибуна за добрите практики на местната власт.

Потребителите на сайта имат възможност да гласуват за „Кмет на месеца“ в специална секция на [www.kmeta.bg](http://www.kmeta.bg), за да определят най-добрия сред избраните градоначалници. Кметовете и общинската администрация също могат да дадат своя вот както за себе си, така и за колегите си.

За своите 5 години съществуване Кmeta.bg успя да се превърне в един от най-четените информационни портали на територията на България, с близо над милион читатели ежесечно.



**Сайтът Кmeta.bg е  
леснодостъпен начин  
всеки да научи за  
постиганията както  
на големите градове,  
така и на най-малките  
населени места**









*Bridal Fashion* 

**BRIDAL FASHION**

Paradise center, 3 етаж,

Тел: 0885 007 477

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



## Bridal Fashion - 10 години ВДЪХНОВЯВАЩ И ИЗИСКАН СТИЛ



„Bridal Fashion“ е фирма с безупречен имидж, удобна локация и перфектно обслужване. **Тоалетите се поръчват в голямо разнообразие, в единични бройки и се предлагат на най-добрите цени в света**

Bridal Fashion (Брайдъл фешън ЕООД) е основана през 2007 г. Основната дейност на компанията е официално представителство за България на най-голямата фирма за производство на булчински и официални рокли в света - Pronovias, израелската haute couture марка My Lady, италианския топ бранд Rossobarosso и агенция за България и Гърция на марките Modeca, Enzoani, Sherri Hill Badgley&Mischka.

Тази година Bridal Fashion чества своята 10-годишнина. Компанията планира нови и уникални проекти, които смята да разкрие по-късно през годината.



В едноименния мултибрандов бутик, където сватбените, официални и бизнес тоалети се предлагат на най-добрите цени в света, клиентите получават перфектно персонално обслужване, а тоалетите на световноизвестните брандове са в единични бройки.

Bridal Fashion организира редица събития, които се отличават с авторски почерк и винаги с внимание към клиента. През тази година световноизвестният дизайнер Рокко Бароко ще посети България за първи път, за да пред-



стави последната си колекция.

Бутикът и ателието на Bridal Fashion се намират в столичния мол Paradise.





# ИНДИВИДУАЛЕН ПОДХОД

КЪМ ВАШИТЕ КОРПОРАТИВНИ ЗАСТРАХОВАТЕЛНИ НУЖДИ



# AIS

Advance Insurance Solutions Broker JSC



СВЪРЖЕТЕ СЕ С НАС

+359 2 963 0551 [www.ais.bg](http://www.ais.bg)  
ул. Николай Хайтов 3<sup>а</sup>, етаж 4, София 1113





vmware®

VMware

бул. „Д-р Г. М. Димитров“

№ 16А, ет. 8

1797 София

[www.vmware.com](http://www.vmware.com)

## Софтуерни решения за виртуализация и облачна инфраструктура

VMware е глобален лидер в областта на софтуерните решения за виртуализация и облачни инфраструктури, който откри своя офис в България преди 10 години. Това е най-големият център за развойна дейност на VMware в региона на EMEA. През 2014 г. в София бе създаден първият за VMware център за професионални софтуерни услуги за интеграция, автоматизация и персонализирани решения, насочен към клиенти от цял свят.

Във VMware България работят над 600 висококвалифицирани специалисти, сред които софтуерни инженери, експерти по техническа документация, финансови анализатори. Местните екипи са ангажирани с разработването на водещи продукти, които се прилагат от клиенти на компанията в световен мащаб. Тук функционира и отдел за иновации, в който се разработват продуктови идеи за VMware. Един от продуктите - disaster recovery решение, получи приз за „Значителен корпоративен ИКТ проект“ на конкурса „Наградите на БАИТ“ за 2016 г.

Освен за развитието на своите таланти, VMware работи успешно за повиша-

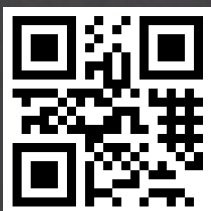
ване качеството на образованието и ИТ индустрията в България. Мениджмънтът и служителите взимат активно участие в реализирането на успешни дългосрочни кампании за повишаване знанията на ИТ специалистите в България. Тези усилия на екипа на VMware България бяха насърчени със специалната награда Engage за цялостна ангажираност на служителите в корпоративно-социални проекти в конкурса Годишните награди за отговорен бизнес 2016 на Българския форум на бизнес лидерите. VMware България беше отличена и с две първи места в категориите „Развитие на човешките ресурси“ и „Служител на годината“ в годишните награди Forbes Business Awards 2016.

Основен приоритет на VMware България е да запази положителния темп на инвестициите на местно ниво, което е свързано с разрастването на екипа и повишаване на експертността му. За целта компанията планира разработване и патентоване на иновативни продуктови решения за VMware, които да създадат възможности за навлизане на нови пазари и привличане на нови клиенти.



**Диана Стефанова, управляващ директор на VMware България:**

Инвестициите на VMware в България от 2007 г. досега са в размер на 320 млн. лева. **Разполагаме с мултифункционален екип, фокусиран върху развойна и оперативна дейност, а също и върху професионални услуги.** Имаме амбициозни цели и ще приложим стратегии за изграждане на портфолио от продукти, решения и услуги, генериращи приходи от 1 млрд. долара за VMware. Вярваме, че иновациите и мотивираният екип са ключът към успеха.







# ПРЕДСТАВЯМЕ ВИ НОВОТО VOLVO V90 CROSS COUNTRY

Новото Volvo V90 Cross Country е готово за път, когато и вие сте готови. Системата за подпомагане при спускане по наклон, задвижването на всички колела и впечатляващият пътен просвет ви дават уникалната възможност да покорявате всякакви пътища, при всякакви метеорологични условия. Новото Volvo V90 Cross Country е специално създадено, за да ви позволи да живеете пълноценно, тук и сега.

**THE GET AWAY CAR**



**MOTO-PHONE**

Volvo V90 Cross Country: среден разход на гориво от 5,2 до 7,7 л/100 км и CO<sub>2</sub> емисии от 138 до 176 г/км.

**5** ГОДИНИ  
ГАРАНЦИЯ

**PREMIUM  
SERVICE**  
ПРОГРАМА

**VOLVOCARS.BG**





VIVACOM

Централен офис  
бул. „Цариградско шосе“  
115 И

1784 София

Телефони за клиенти:

123 - за частни клиенти

121 - за бизнес клиенти

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



Диана Симеонова:

## VIVACOM дава обещания, които реално изпълнява

- Г-жо Симеонова, марката **Vivacom** определено е една от най-разпознаваемите в България. Но как се налага един бранд, който десетилетия преди това е познат по коренно различен начин - като „БТК“?

- VIVACOM е лицето на компания с дългогодишни традиции в телекомуникациите и наследник на първата телефонна станция в България, създадена преди 138 г. Зрелостта на организацията ни носи позитиви за нейния имидж, защото е доказателство за успешност, традиции и приемственост.

Телекомуникационният сектор е един от най-динамичните и възприятелно на бранда като традиционен по-скоро е доказателство за доверието в него.

Но поколенията се променят и съвременните потребители оценяват и избират по различен начин продуктите и услугите, които ползват. Това наложи необходимостта от репозициониране на БТК на пазара и ребрандирането ни през 2009 г., когато обединихме двете марки: БТК и Vivatel. Избрахме името VIVACOM, защото VIVA носи положителен заряд, а освен това се

асоциираше с мобилния бранд на оператора, а COM е обединяващо за всички видове комуникации, каквито днес предоставя нашата компания: мобилни и фиксирани телекомуникации, оптичен интернет, интерактивна и сателитна телевизия. Ребрандирането не е просто смяна на името и логото, а продължителен процес на трансформация на ценностите и културата на компанията. Нашият успех се дължеше на отговорната работа на самите служители, от които започва промяната.

Основен акцент в стратегията ни винаги е бил да представим ясни оферти без скрити послания, защото успехът на всеки бизнес зависи от доверието, което той изгражда. Ние даваме обещания, които можем да изпълним.

- Предвид вашия успех в тази посока, на какво е по-добре да разчитате една компания при налагането на своя бранд - на добрата маркетингова и рекламна стратегия или на удовлетвореността на клиентите и партньорите?

- Комуникационната стратегия има



---

Диана Симеонова работи в БТК от 2002 г. на позиции ключов акаунт мениджър, мениджър директен маркетинг и мениджър кампании. През 2009 г. е промотирана на позиция директор Маркетингови комуникации, като интегрира успешно екипите на БТК и Vivatel и ръководи ключовия проект по ребрандиране на компанията. Сега **отговаря за комуникационната стратегия на VIVACOM, която позиционира компанията като динамичния и бързо променящ се оператор, изградил и постоянно поддържащ доверието на клиентите си.**

---

за цел да създаде представа за бранда, като такъв, какъвто маркетинговата стратегия на компанията цели да го позиционира. Истинското възприятие за марката обаче се създава от 360-градусовия опит и възприятие на клиента за VIVACOM: какво и как му „говори“ компанията чрез медиите; с какво усещане остава, след като си тръгне от магазина ни; как е обслужен от кол-центъра; как колегите от техническа дирекция са инсталирали услугата в неговия дом; бързо и адекватно ли решаваме проблемите му; какво казва съседът или приятелят му за нашите услуги. Всички тези взаимоотношения на клиентите с компанията изграждат представата за бранда и ние се стремим да ги поддържаме на високи нива, залагайки KPI (Key Performers Indicators) на всяка една функция в компанията, инвестирайки в непрекъснати обучения за усъвършенстване на представянето на служителите ни.

Доказателство за позитивния имидж на компанията е удовлетвореността на клиентите и склонността да препоръчват услугите ни. В този контекст маркетинговите ни проучвания, проведени от водещи за българския и международния пазар изследователски агенции, позиционират VIVACOM с високи показатели на удовлетвореност и индекс за препоръка на компанията. През миналата година VIVACOM остава телекомът с най-висок Net Promoter Score на пазара, което на ниво марка е индикативно за висока степен на доверие сред населението към продуктите и услугите, които предоставяме, а от друга страна, регистрираните високи стойности на индекса за препоръка сред собствените ни клиенти е важен показател за силната потребителска връзка и лоялността към VIVACOM.

**- Определено брандът Vivascom е наложен в България и той е лицето на компанията. Но какво се изисква, за да бъде поддържан той?**

- Работим в две основни посоки - гъвкавост и дигитализация. Усилията ни са насочени към позициониране на VIVACOM като технологичен лидер на българския пазар - предлагач най-новите технологии, най-високите скорости в съответствие с глобалните тенденции като „Интернет на нещата“ (Internet of things) и „умни градове“ (smart cities). Вече имаме модерни решения в сферата на: застрахователни услуги, финансови услуги, телеме-



дицина, облачни услуги и свързани домове.

Ние улесняваме ежедневието на потребителите, като предоставяме много опции и възможности за самостоятелно и независимо управление от самия потребител. Дигитализацията на телеком услугите е ключова за бизнеса ни и затова инвестираме все повече в тази насока.

Стратегията ни е, поддържайки качественото обслужване на клиентите, да им предоставим нови възможности за self-service, защото потребителите искат да живеят по-добре, по-лесно, всичко да се случва „с един клик“, с бърза скорост.



# VISA

visabg.com



## Картови разплащания срещу сивата икономика

Електронните разплащания са един от най-ефективните начини за борба със сивата икономика - този факт вече е добре известен в България. Благодарение на редовни доклади на Visa по темите за използването на картовите разплащания и отношението на потребителите към тази технология, българите са добре информирани за предимствата им. Един от тези европейски доклади показва, че ако електронните разплащания нараснат със средно 10% за пет последователни години, делът на сивата икономика може да се свие с до 5%.

„Ако държавата стимулира данъкоплатците да плащат по електронен път, тогава процентът на събираемост на данъците, приходите на държавата и икономиката като цяло растат“, казва Красимира Райчева, мениджър на Visa за България. Тъй като всички дейности в сивата икономика са директно свързани с разплащания в брой, ограничаването им изисква прекъсване на потока на пари в брой. Това трябва да се съчетае с мерки за повишаване на финансовата грамотност - инициатива, по която Visa също работи. В дългосрочен план компанията продължава да подкрепя намаляването на разплащанията в брой и последващото им за-

местване с електронни трансакции. В това си начинание тя не е сама - Visa работи с неправителствени организации, банки и държавни институции за постигането на общата цел.

„Във всяка икономика публичните институции са най-големият получател на средства чрез разплащания. Те също така създават най-много възможности за разплащания. Поради това те могат да бъдат модели за подражание и да поведат обществото по пътя на приемането на електронните трансакции. Съществуват множество опции - превеждане на заплати по банков път, приемане на онлайн разплащания на данъци и глоби и извършване на всички трансакции в публичния сектор чрез електронни разплащания или парични преводи. Това ще доведе не само до свиване на дела на сивата икономика в България, но и до повишаване на приходите като цяло. Също така това ще направи всички разплащания много по-удобни и бързи за гражданите. В някои от тези сфери българското правителство е изградило много добри практики през последните години, но потенциалът за развитие остава голям“, допълва Райчева.

Когато говорим за ниво на внедряването на POS терминали, може да вземем пример от добри практики от съседните страни. Румънското правителство например прие закон, който налага всички фирми, занимаващи се



**Visa работи по инициатива за повишаване на финансовата грамотност, която е част от усилията на компанията за ограничаване на разплащанията в брой**





---

**Красимира Райчева** е мениджър на Visa за България и представлява интересите на компанията в страната от 2004 г. Нейната роля е да развива продуктите и услугите на Visa сред финансовите институции у нас. Тя управлява отношенията на компанията с банките и с други организации, които предлагат безналични разплащания. Красимира Райчева ръководи и въвеждането на иновативните продукти на Visa в България

---

с търговска дейност, които имат годишен оборот от над 10 000 евро, да инсталират POS терминали и да приемат дебитни и кредитни карти като платежно средство в своите магазини. Новият закон в Румъния влезе в сила на 1 януари 2017 г. В Гърция от 30 юни тази година наличието на POS терминали става задължително в обекти за хранене, медицински кабинети, хазарт и т.н. До юни 2018 г. покритието с POS терминали в Гърция ще бъде почти 100%.

Visa полага целенасочени усилия да съдейства на държавата в работата ѝ по ограничаване на сивата икономика, която запазва дял от около 30%. Все още в България лимитът на разплащанията в брой е много висок. Макар миналата година българският парламент да понижи лимита до 5 хил. евро, все пак е желателно да се достигнат далеч по-ниските му стойности в повечето европейски страни - както е например в Италия (300 евро), Румъния (1 120 евро) и Гърция (500 евро).

Тази важна структурна промяна се допълва от иновации като въвеждането на POS терминали за заплащане на такси при преминаване на някои гранични пунктове по река Дунав, както и на пътни винетки на други КПП по границата. Осигуряването на електронни разплащания на държавните граници значително ще намали възможностите за корупция. Взети заедно всички тези правителствени мерки ще доведат до допълнително увеличение на картовите разплащания в България, добавя Красимира Райчева.

Българските картодържатели също все повече припознават ползите от иновативните разплащателни технологии, обяснява мениджърът на Visa. Освен удобство, сигурност и достъп до средствата си, картодържателите се възползват и от това, че имат възможност да извършат покупките си по всяко време без ограничения. В резултат в България се наблюдава значително повишение в употребата на безконтактни разплащания, които бележат стабилен растеж. Според българските потребители това е най-бързият и удобен начин за разплащане при ежедневните им покупки.

Според новите изисквания, всички нови терминали, които инсталират банките, трябва да са безконтактни. Това, заедно с промяната в потребителските нагласи и икономическите структури, спомага за намаляване на дела на сивата икономика. Безконтактната технология позволява безвъвеждане на PIN код с карта в България да се плащат суми до 25 лв. Преминаването към безконтактни терминали става бързо, а по последни данни на Visa, те вече съставляват близо 50% от всички



POS терминали, казва още Красимира Райчева. Секторите, които най-бързо се адаптират към безконтактната технология, са бързооборотните стоки, телекомуникационните услуги, продажба на горива на дребно, вериги за бързо хранене, фармацевтични услуги и развлекателният сектор.

Безконтактната инфраструктура на Visa дава възможност и за извършване на мобилни разплащания. Смартфоните постепенно ще се превърнат в обичайно разплащателно средство за българските потребители. Visa, в сътрудничество с местни банки, работи върху създаването на такива услуги за близкото бъдеще.





**Детелина Смилкова** е вицепрезидент на Висшето училище по застраховане и финанси (ВУЗФ) – първото специализирано висше училище в България в областта на финансите, застраховането, бизнеса, мениджмънта и маркетинга.

Детелина Смилкова:

## „Студентите са в центъра на нашите вселена“

Практическо обучение

Иновативен университет с ясна визия за бъдещето

**Г-жо Смилкова бихте ли описали изминалите 15 години от създаването на ВУЗФ?**

-Трънлив, променлив и с перипетии. Но все повече заприличва на скоростна магистрала за всички включили се "в движението"...

**С какво ВУЗФ е по-различно от другите висши училища в България?**

-С ясната си визия за бъдещето. С гъвкавостта си, с адаптивността си към новите тенденции в пазара на труда, с чувствителността си към променливите икономически процеси. И с реакцията си своевременно да отрази и да внедри всичко това в учебния процес. По-различно е и със своите уникални, практически ориентирани преподаватели, със своя добър мениджмънт и активен академичен състав.

**Кажете ни три неща, които не знаем за ВУЗФ?**

- Екипът е изграден от силно мотивирани личности, които работят с много страст и вдъхновение, искрено насочени към успеха на университета ни. Подходът в работата ни е подчинен на идеята "от човек на човек" – особено ефективен, но и особено труден подход. Студентите ни са в центъра на нашата вселена.

**Ако сега трябва да избирате университет, защо бихте избрали ВУЗФ?**

-Заради всичко, което вече изброих...

**Ако правите филм за ВУЗФ, какво би било заглавието му?**

-Сещам се за няколко: „Кауза без граници“, „Инкубатор на идеи за бъдещето“, „Университетът на бъдещето“.

вдъхновители, ментори, които водят студента към знанията, а не просто "преподават". Насърчават ги да бъдат креативни, адаптивни, да намират възможности, там където другите виждат проблеми или препятствия. Учат ги да се справят с несигурността и непредсказуемостта на времето, в което живеем.

**Опишете ни с три думи ВУЗФ, примерно след още 15 години.**

-Бизнес инкубатор на идеи, градивен, притегателен център за всеки.

**Имало ли е момент, в който сте искали да се откажете? И какво ви е давало сили да продължите?**

-Почти всеки ден... Приемете го като шега! Трябва да призная, че основното, което ми дава сили и мотивация да продължа е съзнанието, че работим за изграждането на млади хора и съдбите им до немалка степен зависят от нас. Ние наистина сме сред хората, които изграждат бъдещето на България.

**Кой ще успява през следващите 15 години?**

-Ще успяват личности, способни да се адаптират към обстоятелствата, постоянно да учат и да се усъвършенстват. Но повече мога да ви кажа на 21 юни 2017, когато предстои едно голямо събитие по случай отбелязването на 15 години ВУЗФ. Всички сте поканени.

**Кое прави ВУЗФ успешен университет?**

-Желанието на целия екип, на всички ни през трудности да следваме звездите – Per aspera ad astra!



15  
ГОДИНИ



**ВУЗФ**

Университет  
по финанси, бизнес  
и предприемачество



*Per aspera ad astra*

**БИЗНЕСЪТ СЕ УЧИ ТУК**

**\* БАКАЛАВЪРСКИ**

**\* МАГИСТЪРСКИ**

**\* ДОКТОРСКИ ПРОГРАМИ**

**[vuzf.bg](http://vuzf.bg)**



„Гранд Каньон“ е първият по рода си многофункционален комплекс в България, който ще бъде разположен в непосредствена близост до полите на Витоша, а именно в район „Младост“, град София. Комплексът е предпочитано място за хората, които се нуждаят от уютен дом, място за почивка или пазаруване.

**„Гранд Каньон“ е синоним на качество, лукс, естетика и удобство.**


## ЛЕГЕНДА

1. Рила | 2. Пирин | 3. Витоша  
4. Търговски център „Каньон“  
5. Парк | 6. Амфитеатър | 7. Езеро

 **Garanti koza**

ЗА КОНТАКТИ

+ 359 877 000 999 / [www.grandkanyon.com](http://www.grandkanyon.com)

 **Garanti koza** е Златен партньор и Официална компания за строителство и строително проектиране на тенис турнира Barclays ATP World Tour Finals в Лондон.





GRAND  KANYON

*Але стим*  
на живот в София!







## Група Технологии на металите

бул. „България“

Бокар 18

1404 София

Тел: +359 2 818 5959

Факс: +359 2 818 5949

[mtg\(at\)mtgbg.com](mailto:mtg(at)mtgbg.com)

<http://bg.mtgbg.com/>



# Група Технологии на металите: Една група - много възможности

Група Технологии на металите е холдинг, който бележи сериозните си успехи и се модернизира под успешното ръководство на Росана Дачева, изпълнителен директор на ГТМ-Академик Ангел БалеВСки Холдинг АД. В дружеството влизат 3 водещи български леярни: Осъм АД-Ловеч, Алуком АД-Плевен и Центромет АД-Враца. Партньорството ни със световно признати лидери в индустрията ни задължава да бъдем на високо ниво, за да задоволяваме техните изисквания и да бъдем предпочитан доставчик и партньор. Това е ключово, за да се развиваме, да инвестираме, да бъдем успешни и да растем. Тази година ще празнуваме 20 години от основаването на холдинга. Щастливи сме, че екипът ни и бизнесът ни растат и се утвърждават като все по-успешна компания на индустриалния пазар.

Заводът Алуком е специализиран в машинно леење на алуминиеви детайли под ниско налягане и с противоналягане. Приложението на детайлите е разнообразно - енергетика, хидравлика, машиностроене, автомобилостроене, селскостопанска техника, жп индустрия и др.

Осъм е специализиран в машинно леење на сив и сферографитен чугун в пясъчни форми. Доставяме детайли за жп индустрия, ВиК, машиностроене, тежкотоварни и селскостопански машини и др.

Центромет е специализиран в центробежно леење на отливки от стомана и чугун в метални кокили. Детайлите са за химическата индустрия, корабната индустрия и хранително-вкусовата, както и за керамична промишленост. В София се намира управлението на холдинга и търговската ни компания „Метал Технологии Груп“ АД. Тя представя и рекламира бранда MTG и осъществява търговско-маркетинговата дейност. Всичките ни дружества са и експортно ориентирани,

основно за европейския пазар, но вече успешно реализираме продажби и в други континенти.

През 2016 г. реализирахме сериозен ръст в продажбите на холдинга - над 20% спрямо 2015 г., като отбелязваме една от най-силните ни години за последните 10 години. Това ни позволи да направим сериозни подобрения и инвестиции в нашите заводи, да се модернизираме, за да запазим и повишим конкурентоспособността си.

В Алуком закупихме фрезови център за механична обработка и дробометна машина, оптимизирахме и ремонтирахме производствени помещения, пуснахме в експлоатация и машина за измиване на детайлите, за да подобрим външния вид на отливките.

В Осъм за последните 2 години са направени инвестиции за над 2 млн. евро, за нова формовъчна линия Disamatch 24/28, миксер с автоматичен контрол, симулационна програма, ултразвуков дефектоскоп, модерна измервателна машина. Закупени са три програмни струга с CPU управление, направени са сериозни подобрения в условията за служителите. Заводът в Осъм беше избран за инвеститор 2015 г. на община Ловеч и леярна на 2016 г. Признанията за успешната му работа продължават и през 2017 г., когато Осъм е отличен със златен медал и диплома в конкурса „Отливка на годината 2016“. В Центромет през настоящата година предстоят по-сериозни инвестиции, за да повиши производствения си капацитет и разшири възможностите си като продуктова гама. Конкурентните ни предимства се изразяват във възможността да предлагаме гъвкавост в производството, като партии, обеми и срокове по изискване на клиента, атрактивни ценови нива и качество.





# BULATSA

РЪКОВОДСТВО НА ВЪЗДУШНОТО ДВИЖЕНИЕ

НЕВИДИМАТА СТРАНА НА ПОЛЕТА



# СТАНИ РЪКОВОДИТЕЛ НА ПОЛЕТИ

НАУЧИ ПОВЕЧЕ НА [WWW.BULATSA.COM](http://WWW.BULATSA.COM)







## ПОСТОЯНСТВО ВЪВ ВИСОКОТО КАЧЕСТВО НА БРАШНОТО

### МЕЛНИЦАТА

ГудМилс България ЕООД е една от най-големите и модерни мелници на Балканския полуостров. Мелницата започва да функционира през 1986 г. От май 2009 г. дружеството е собственост на австрийската ГудМилс Груп.

Комплексът се състои от три независими линии за смилане с обща производителност 750 тона зърно на денонощие. Технологиите и оборудването са изцяло на швейцарската фирма „Бюлер“. Предприятието има своя модерно оборудвана лаборатория, в която се окачествяват приеманото зърно, произвеждат се млевни продукти и готовите брашна.

Мелницата е сертифицирана по стандарт ISO 9001:2008, стандарт IFS версия 6 и международната НАССР спецификация за производство на безопасни хранителни продукти. Готовите брашна се експедира в насипно състояние с брашновози, пакетирани по 1 и 2 кг, или в торби по 25 и 30 кг.

### ТЪРГОВСКИ МАРКИ

Основната търговска марка на ГудМилс България е София Мел. Тя е официално регистрирана през 2008 г., но нейната история започва десетилетия преди това. Днес това е най-известната марка брашно в България. През 2016 г. София Мел достигна 57,1% пазарен дял в стойност, а също и 99% разпознаваемост сред всички, които употребяват брашно. Постоянното качество на брашното и своевременните иновации допринасят за изключително високия процент на лоял-

ност - 77%. Въпреки че пазарът на брашно е силно фрагментиран, продуктите с марка София Мел може да се намерят в 80% от магазините, които продават брашно. Марката има широко портфолио с 16 различни продукта за бита и над 20 продукта за професионална употреба. Другата марка, установена от ГудМилс България, е ГудМилс Профешънъл. Тя е предназначена главно за износ и се произвежда в опаковки по 10 и 25 кг. Марката е регистрирана през 2016 г. и представянето ѝ за момента предсказва още по-добри резултати в бъдеще.



### КЛИЕНТИ

Като безспорен лидер в мелничарството ГудМилс България има десетки известни и разнообразни клиенти. Благодарение на висококачественото брашно, което се произвежда при стриктен контрол, компанията успя да запази и да подобри съвместните си дейности с клиенти като Чипита България, Нестле България, Бела България, Монделийз България, Симид София, Победа и други.



Вече 30 години  
КОМПАНИЯТА  
ПРЕВЪРЩА  
КАЧЕСТВОТО  
В ТРАДИЦИЯ





# ALL U Re

ALL U RE  
SOFIA, 9 SABORNA STR.  
MON-FRI 10-19:30  
SAT 11-19  
SUN 12-18  
+359 887 255873

ALL U RE IN GREY  
MEN'S CLOTHING &  
ACCESSORIES  
SOFIA, HOTEL MARINELA  
MON-SUN 10-20  
+359 895 999043

ALEXANDER MCQUEEN

ALEXANDER WANG

ALEXANDRE VAUTHIER

ANN DEMEULEMEESTER

BALENCIAGA

BALMAIN

CELINE

CHLOE

DRIES VAN NOTEN

HAIDER ACKERMANN

ISABEL MARANT

JUNYA WATANABE

PIERRE BALMAIN

SACAI

SAINT LAURENT

STELLA MCCARTNEY

THOM BROWNE (EYEWEAR)

TOM FORD

Y-3

YVES SALOMON





**PROAUTO**  
BY GEOTRADING AD



*Atlas Copco*



 **BELSHINA**



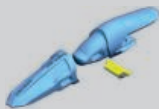
 **BRIDGESTONE**



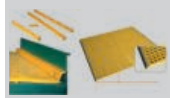
 **EVERDIGM**



 **HENSLEY**



**inelas**  
Inelas Poliuretanos S.L.



 **GEOTI**



София 1517, ул. Бесарабия №108

Тел.: (+359 2) 9307 050 • Факс: (+359 2) 9872 887

e-mail: [office@geotrading.bg](mailto:office@geotrading.bg) • [www.geotrading.bg](http://www.geotrading.bg)



# GEOTRADING AD



**Lännen**



**LIUGONG**



**RYMAX**  
LUBRICANTS

MADE IN HOLLAND



**Matador**  
CONVEYOR BELTS



**MICHELIN**



**RKB**  
BEARING INDUSTRIES



**SF-FILTER**



108, Besarabia Str., Sofia 1517, Bulgaria  
Tel.: (+359 2) 9307 050 • Fax: (+359 2) 9872 887  
e-mail: office@geotrading.bg • www.geotrading.bg





## Създаваме усмивки и приятелства

В ADM dental care studio творим усмивки и създаваме приятелства. Ние знаем, че всеки иска да има своята си усмивка, с която да се чувства добре, без значение на възраст, пол, професия или обстоятелства. Разбираме този простиък факт и това ни позволява да постигнем не само завидни резултати, но и да предложим приятни изживявания. Истината е, че зад всяка усмивка се крие някаква история, а ние можем да бъдем сериозната и

професионална част от историята зад Вашата усмивка!

ADM dental care studio е дентална клиника, създадена през 2004 година след обединяването на две вече доказали се и стабилно позиционирани на българския дентален пазар практики.

Клиниката ни е модерно здравно заведение, специализирано в денталната профилактика и пълната гама лечебни и естетични процедури в областта на устната кухина, с висококвалифициран професионален екип от специалисти във всички области на денталната медицина.

Нашият екип разполага с 6 работни кабинета, включително рентгенов кабинет, и непрекъснато инвестира в професионалното си усъвършенстване и квалификация и във въвеждането на нови технологии, като предпоставка за поддържане на високо съвременно ниво на обслужване и лечение, и предлагане на максимален комфорт и грижа за клиентите ни.

В ADM dental care studio предлагаме на Вас и Вашето семейство висококвалифицирана грижа във всички области на денталната медицина - профилактика; комплексни лечения и възстановявания; естетични корекции; дизайн на усмивката; имплантология; лечение под седация; ортодонтия; микробиологична диагностика; дентална козметика - филъри на устни и назолабиални гънки, декорации и избелване на зъби.



Д-р Владимир Ашиков (вляво) и г-р Александър Милушев - създатели на ADM dental care studio





## Усмивка със самочувствие!

- ✓ възстановяване \* козметика
- ✓ лечение \* импланти \* корони \*
- ✓ мостове \* протези \* избелване \* фасети
- ✓ дентална грижа за цялото семейство

д-р Александър Милушев  
д-р Владимир Ашиков





## Пионер на застрахователния пазар

### „Дженерали Застраховане“ АД

Централно управление  
бул. "Княз Ал. Дондуков", 68  
1504 София

<http://www.generali.bg>

Телефон на потребителя  
\*7222

(денонощен от страната, за  
всички мобилни оператори  
и фиксирани мрежи, на цена  
според тарифния Ви план)

+359 29 26 7222

(денонощен от страната  
и чужбина според  
тарифния Ви план)



Generali Group е италианска група, независима от 1831 г. със силно международно присъствие. Тя е сред водещите застрахователи в световен мащаб, с общ премиен приход, надхвърлящ 74 милиарда евро през 2015 г. Групата има над 76 000 служители по целия свят, включително 500 в България. Generali Group има представителства в над 60 държави, Групата заема лидерска позиция на западноевропейските пазари и все по-важно място на пазарите в Централна и Източна Европа и Азия.

През 2015 г. Generali е единствената застрахователна компания, включена в MIT Technology Review за 50-те най-умни компании в света. „Дженерали Застраховане“ АД е любима марка на потребителите в категория „Застрахователни компании и брокери“ за 2016 г.

„Дженерали Застраховане“ АД е желан партньор както за индивидуалните клиенти, средния и дребен бизнес, така и за големите корпоративни организации, като им предоставя висококачествени услуги и продукти с цел удовлетворяване на всички техни очаквания и потребности. Визията, мисията и ценностите на компанията поставят клиента в центъра на дейността на „Дженерали Застраховане“ АД. Чрез възприемане гледната точка на клиента,

дружеството се стреми да предвиди и отговори на житейските потребности на хората, предлагайки разнообразни застрахователни решения. Продуктите на „Дженерали Застраховане“ АД имат за цел да бъдат лесни и достъпни, да бъдат разбираеми и практични, което означава най-доброто застрахователно покритие на адекватно добра цена.

Едно от най-ценните предимства на дружеството е предлагането на продукти от всички сфери на застрахователния бизнес, иновативни решения в областта на общото застраховане и схеми за работодатели, предоставени от GEB. „Дженерали Застраховане“ АД развива дейността си чрез повече от над 180 офиса в цялата страна. За по-доброто обслужване и улеснение на ликвидационния процес компанията разкри 15 ликвидационни центъра на територията на цялата страна. Нашите продукти се предлагат от 1570 агенти и 317 брокери. Прецизно изградената мрежа от офиси дава възможност за бързо и качествено обслужване на клиентите и изпълняване на поетите ангажименти.

„Дженерали Застраховане“ АД е една от най-опитните компании в областта на медицинското застраховане, сред лидерите на пазара, притежаваща собствен Медицински център за извънболнична





**Фокусът на „Дженерали Застраховане“ АД в дългосрочен план е насочен към лидерска позиция в продажбите на дребно в България**

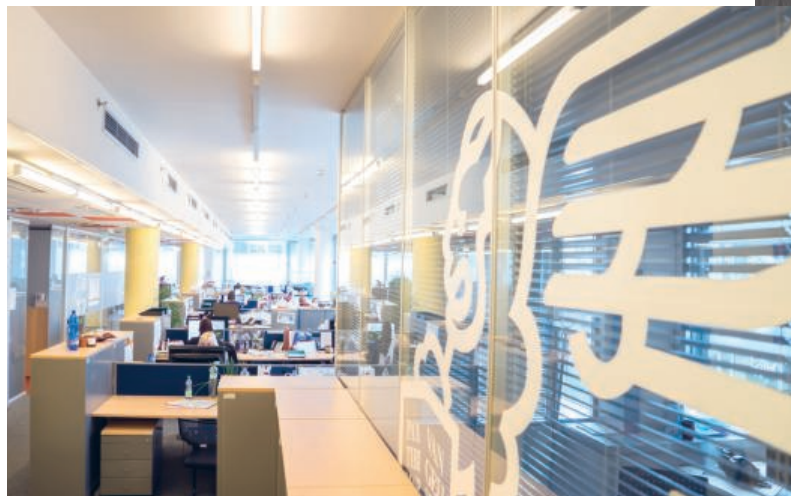


помощ. Като тенденции, очакваме интересът към застраховката да продължи да нараства, ползваемостта да продължи да се увеличава с подобряване информираността на клиентите, както и сериозна дигитализация, развитие и ускоряване на процесите на продажба и обслужване.

Фокусът на „Дженерали Застраховане“ АД в дългосрочен план е насочен към лидерска позиция в продажбите на дребно в България, като предлага стойностни застрахователни продукти и решения на своите клиенти чрез продуктите си линии - Автомобилно застраховане, Имуществено застраховане и Злополука & Помощ при пътуване. „Дженерали Застраховане“ АД е компания, която се стреми да отговори на потребностите на цялостната дейност за корпоративните клиенти чрез продуктите си линии - Селскостопанско застраховане, Застраховки на отговорности, Транспортно застраховане, Морско и авиационно застраховане и Инженерно застраховане.

Поведението на потребителите на застрахователни услуги се променя бързо, както и непрекъснато развиващите се информационни технологии - това ни кара да се развиваме и да предоставяме винаги иновативни предложения на българския пазар - по-бързи, по-лесни, по-умни продукти и услуги.

Мобилното приложение на „Дженерали Застраховане“ АД, порталът за самообслужване на клиенти, изцяло онлайн застраховки като Помощ при пътуване, Злополука и Домашно имущество са само част от продуктите, които доказват, че компанията е пионер на застрахователния пазар.





ecoglobe

ул. „Рачо Димчев“ 8

гр. София

tel/fax: +35929818522

mob: +359894698048

e-mail: ecoglobe@abv.bg

office@ecoglobe-bg.com

http://ecoglobe-bg.com



**Биляна Тончева:**

## **ОПИК подкрепя българския бизнес**

**Г-жо Тончева, какво още ще даде ОП „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020 на българския бизнес?**

Както българският бизнес знае, ОПИК цели подобряване на производствения капацитет и на енергийната ефективност. Една част от нея е процедурата „Разработване на продуктови и производствени иновации“, която стартира през април-май тази година с безвъзмездна помощ за проект от 100 000 до 1 000 000 лв. През есента се очаква „Насърчаване на предприемачеството в области, свързани с европейски и регионални предизвикателства и секторите на НСНМСП“ с помощ от 50 000 до 391 166 лв. По двете процедури допустими ще са дружества с тригодишна история.

В момента с пълна пара тече „Повишаване на енергийната ефективност в големи предприятия“. Предложенията по нея се подаваха до 19 май, а наличието на извършено енергийно обслед-

ване е абсолютно задължително условие за допустимост. Помощта е между 500 000 и 2 500 000 лв. Малките и средни предприятия ще имат възможност през лятото да кандидатстват по процедурата „Подкрепа за пилотни и демонстрационни инициативи за ефективно използване на ресурсите“ за помощ между 500 000 и 2 000 000 лв.

**Какви са основните моменти в ОП „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020?**

На първо място, не могат да бъдат бенефициенти предприятията, които за последните 7 г. са получили 5 млн. лв. безвъзмездна помощ за средни предприятия и 2,5 млн. лв. за микро и малки предприятия. Понеже единственото ограничение за размери на помощта по чл. 4 от Регламент 651 от 2014 г. на ЕС за регионална държавна помощ е за „проекти за инвестиционни помощи на МСП, които надвишават 7,5 млн. евро за предприятие за инвестиционен проект“,



Енергийната ефективност придобива все по-голямо значение за предприятията





---

**Адвокат Биляна Тончева** е прокурист на „Еко Глоуб“ ООД - консултантско дружество за подготовка на проекти, съфинансирани от Европейския съюз, и притежател на лицензи за енергийно обследване на сгради и промишлени системи. Централният офис на дружеството е в гр. София, ул. „Рачо Димчев“ № 8. Екипът специалисти, работещи в него, подготвя проекти по ОП „Иновации и конкурентоспособност“, както и по други оперативни програми, съфинансирани от ЕС - ОП „Програма за развитие на селските райони“, ОП „Развитие на човешките ресурси“, включително провеждането на обучения по ОПАК и др.

---

мотивите на българските институции за такова решение остават неясни. Следващата новост е начинът на изчисление на минималната помощ (de minimis) от 200 хил. евро, която може да бъде получена в новия програмен период - тя вече ще се изчислява на ниво група от свързани дружества, а не както досега на конкретно предприятие-кандидат. Въведени са и бонус точки за проекти, които предвиждат изпълнение на дейности в землища, попадащи или граничещи с региони по „Натура 2000“. Бонус носи и притежанието на сертификати за въведена система за управление в предприятието съгласно стандартите ISO 50001 и ISO 14001. С изключение на Югозападния регион (области Благоевград, Кюстендил, Перник, Софийска и София-град), където процентът на финансиране за големи предприятия е до 25 %, за средни - до 35 % и 45 % за микро и малки, останалите 5 региона ще получават до 50 % грант за големи, до 60 % за средни и до 70 % за микро и малки.



#### **Каква е ролята на консултанта при кандидатстването на бенефициентите за безвъзмездна финансова помощ?**

Консултантите винаги ще имат своята важна роля. Експертна помощ е необходима не само за подготовката на проекта за кандидатстване, но за цялостното управление и отчитане на проекта. Ролята на консултанта е да съобрази допустимостта на проектното предложение, подходящата схема, по която трябва да се кандидатства, както и да даде напътствия по цялостната организация на целите за получаване на европейско финансиране. Финансовата подкрепа, която се очаква да подпомогне капацитета на МСП до по-лесен достъп до пазари, устойчиво развитие и ефективно използване на ползите на тези пазари, трябва правилно да бъде определена.

#### **Какъв е вашият опит в подготовката на европейски проекти?**

„Еко Глоуб“ ООД има клиенти от различни сектори в цяла България, както в областта на обследванията на сгради и промишлени системи, така и в цялостното разработване, управление и отчитане на проекти.

В областта на производството на асфалт имаме реализирани проекти с тримата основни доставчици на асфалтови бази в България - Marini, Ammann и Benninghoven. В областта на добивната промишленост

сме лидер в консултирането, работейки с всички доставчици на трошачно-пресевни инсталации и най-вече с Prime Technologies, официални представители на лидера на световния пазар Metso Minerals. С тях сме реализирали множество проекти както за мобилни, така и за стационарни инсталации.

В областта на строителството работим с всички доставчици на пазара и с всички имаме реализирани проекти за челни товарачи, багери, булдозери - Komatsu, Volvo, Caterpillar, Case и др.

Голям брой изпълнени проекти имаме в сферите на управление на отпадъците, шивашката и обувната промишленост, преработващата промишленост, производството на бетон и бетонови изделия и т.н.

Особено внимание отделяме на фирмите в металообработването, където размерът на предприятията е от микро до големи с по няколко души персонал. Най-надеждният партньор сред доставчиците тук е „Байер БГ“.

Уместно е да добавим и че от 15 май 2016 г. влезе в сила новият Закон за енергийната ефективност, с който енергийната ефективност добива все по-голямо значение за българския бизнес. Чл. 57 от закона задължава всички големи предприятия, а също и всички предприятия, които притежават промишлени системи с потребление над 3000 MWh годишно, да извършват детайлно енергийно обследване с цел намаляване разходите на енергия. Разбира се, „Еко Глоуб“ ще бъде надежден техен партньор в усилията им да намалят енергопотреблението и всяко предприятие може да се обърне към нас за изготвяне на необходимите доклади.



# Повелята на дигиталната трансформация

Компаниите трябва да са все по-гъвкави, за да отговорят на непрекъснато изменящата се среда. Дигитализацията е само един от факторите, заради които се мени и самият бизнес. Тя заема все по-големи територии и осигурява постоянен поглед не само върху това какво искат потребителите, но и върху това как се осъществяват процесите в самата организация. Ако доскоро имаше ясно разделение между отделните звена, сега успешният начин на управление на брандовете е да се правят екипи, които събират различните гледни точки.

## ПОСОКАТА

Комплексност на взаимодействието, свързаност и управление на доверието са сред най-динамичните фактори на влияние върху съвременния бизнес. Във времената на бързи и непрестанни промени новите технологии, новите бизнес модели и нестабилната социална и геополитическа среда са новото нормално. В тази ситуация две тенденции привличат вниманието - дигиталната трансформация и клиентската центрираност. Светът става все по-конкурентен с намаляване и премахване на бариерите за навлизане на пазарите и рязко се засилва присъствието на нетрадиционните конкуренти и гъвкавите стартъпи, например Airbnb в туризма, PayPal във финансовите услуги, Viber и WhatsApp в телекомуникациите, Uber в транспорта. Така фокусът върху очакванията и търсенията на клиентите, по-близката връзка с тях и персонализацията на маркетинга се превръщат в общи характеристики на най-силните брандове, а уникалното позициониране все повече се основава на иновации при предлагане-

то на услуги и продукти.

## ТЕМПОТО

Важен фактор за успех днес е балансът между предварителната подготовка и мигновената реакция, между стабилните основи на традицията и гъвкавото сарабчване на всяка потенциална възможност. Скоростта вече е решаваща. Увеличават се и каналите, по които може да се достига до клиентите. Защо гъвкавостта и бързата реакция са толкова важни и как ние самите реагираме? Как бизнесът да е сигурен, че ще продължат да се натрупват бранд асоциации в посоката, която той задава? Това са въпроси, на които всяка компания е добре да има свой отговор.

## УПРАВЛЕНИЕТО НА БРАНДА

Увеличената скорост и необходимостта много повече внимание да се насочи към слушането на потребителските групи, както и по-високата степен на отзивчивост и реакция, извеждат на преден план бранд мениджмънт, при който се задават основните насоки при позиционирането, точките на диференциация и ценностите на марката. А приложението е различно във всяка следваща ситуация. Обединяваща остава бранд културата, която служи и за своеобразен филтър: ако едно планирано действие отговаря на мисията и визията на бранда, тогава то може да бъде осъществено.

Сливането на физическия и дигиталния свят изисква производствени процеси с повишена комплексност и по-голяма зависимост от технологиите. С тях са свързани и новите рискове за бизнеса.



**Появата на нетрадиционни технологични конкуренти кара целия бизнес да търси иновации в предлагането на стоки и услуги**





**ЕКОПАК**

ОРГАНИЗАЦИЯ ЗА ОПОЛЗОТВОРЯВАНЕ НА ОТПАДЪЦИ ОТ ОПАКОВКИ

**ЕКОПАК БЪЛГАРИЯ**бул. „Цариградско шосе“  
№60, ет. 1

1750 София

Телефон: (02) 40 19 100

E-mail: office@ecopack.bg

http://www.ecopack.bg/



## Екопак България: Мисия с грижа за обществото и природата

Споделената отговорност постави началото на „ЕКОПАК България“ АД, първата и най-голяма организация за оползотворяване на отпадъци от опаковки в България. Тя е със статут на акционерно дружество, което не разпределя печалба. От създаването си през 2004 г. до днес е лидер на българския пазар в своя сегмент, с пазарен дял от 42.75%.

Нашите членове са над 1200 български и мултинационални компании. Основната ни дейност е управление на процесите по разделно събиране, сортиране и предаване за рециклиране на декларираните от нашите клиенти отпадъци от опаковки.

„ЕКОПАК България“ предоставя отлично портфолио от услуги на оптимална цена и гарантира постигането на целите за рециклиране в съответствие с Европейското и националното законодателство. Работим в тясно сътрудничество със своите членове, подкрепяме техни зелени инициативи, организираме обучения по актуални теми, свързани с разделното събиране.

### Ценностите, които споделяме, са:

- Спазване на най-високите етични и професионални стандарти.
- Прозрачност в управлението на компанията и работата с институциите, клиентите и обществото.
- Грижа за природата, обществото и партньорите.

„ЕКОПАК България“ е единствената организация в България, която е член на PRO Europe (организацията, даваща правото за ползване на знака „Зелена точка“) и създател на EXPRA (Алианс на разширената отговорност на производителя). Тя е и единствената с внедрени интегрирани системи на управление на качеството БДС EN ISO 9001:2008 и на

околната среда БДС EN ISO 14001:2005.

Услугите, които организацията предоставя и подкрепата на програмите за корпоративна социална отговорност са най-голямата добавена стойност за членовете ѝ.

„ЕКОПАК“ създава и управлява системи за разделно събиране на отпадъци от опаковки в 85 общини с общо население над 2 600 000 жители. На територията на цялата страна тя е разположила над 15 500 бр. цветни контейнера. Отпадъците от тях се преработват в 15 сортиращи инсталации и се предават за рециклиране в 27 предприятия в България.

За 12 години компанията е събрала и рециклирала 844 303 тона отпадъци от опаковки и е инвестирала в системите за разделно събиране над 40 млн. лв., създавайки 250 работни места.

„ЕКОПАК България“ има разработена комуникационна стратегия с хоризонт 2020 г., включваща информационно-образователни инициативи, обхващащи всички обществени групи - ученици, студенти, семейства, крайни потребители, общини и институции.

Да си лидер е преди всичко отговорност. Да поемеш отговорност за бъдещето на обществото и природата е мисия. Да откриваш и привличаш на своя страна съмишленици и партньори в изпълнението на тази мисия е най-ценното признание за успех.







europroperty

Europroperty

За продажба:

0888 54 00 54

и 0884 80 40 80

sales@europroperty.bg

www.edelweiss-3.com



## Europroperty навлиза на пазара на офиси и индустриални имоти

Първата крачка в бизнеса с недвижими имоти предприемачът Христо Чепишев прави преди 20 години. Той започва да окрупнява парцели - купува ги от много собственици, създава една голяма площ и я продава. „Тогави се опитвах да запазя някои от най-хубавите имоти за себе си, така и започнах да строя. Първата сграда, която направих, е ресторантът в „Бояна“ и оттогава нещата просто потръгнаха“, казва той.

Така днес, 20 години по-късно, зад Чепишев стоят над 200 апартаментата, 3 комплекса и 14 къщи, изградени от „Бояна имоти“, придобита от Europroperty.

„Бизнесът ни се разраства, вече работим с чуждестранни инвеститори и партньори и искаме да бъдем разпознаваеми с новото ни общо име,“ добавя предприемачът. „Миналата година започнахме строежа на комплекс „Еделвайс“ 3, който към днешна дата е с Акт 15, и купихме земята за „Еделвайс“ 4. Винаги съм искал не просто да строя жилищни сгради, а да изграждам комплекси с придружаващата ги среда и всички добавени стойности, които носи това на обитателите.“

Плановите на Europroperty за 2017 г. са още по-големи. Дружеството се разраства с бързи темпове, а Христо Чепишев започва строежа на няколко големи проекта. Europroperty „разширява ветрилото“ и навлиза не само в сегмента на офисните площи, но и на индустриалните паркове. „Взехме решение да навлезем и в индустриалните имоти и започваме изграждането на индустриални паркове близо до София и Пловдив. В тях ще бъдат инвестирани до 100 млн. евро“, коментира Чепишев, според ко-



гото моментът за реализация на подобни проекти е подходящ.

Строежът на офис сградите започва следващия месец. „София Офис център“ 1 и 2 ще се намират на бул. „Цариградско шосе“ и ще се отличават с невероятно местоположение, в непосредствена близост до станция на метрото и голям обществен паркинг в оформящото се бизнес сити. Офис помещенията ще бъдат завършвани спрямо индивидуалните предпочитания на клиентите и са известни вече като едни от първите офис сгради в столицата, подали заявка за сертифициране с престижния британски сертификат за екологична устойчивост BREEAM 2016: Excellent, част „Офиси“.

„В края на годината стартираме строежа и на най-големия жилищен комплекс в квартал „Бояна“ на площ от 42 дка. Инвестицията в него ще бъде 40 млн. евро, а проектант е архитект Атанас Панов, известен с качеството на проектите, които създава“, добавя предприемачът.

Христо Чепишев вярва, че за да си успешен, трябва искрено да харесваш работата си, да й отделяш цялото си време и да я вършиш с любов. „Голям бизнес се прави с желание и максимално себеотдаване“, споделя той.

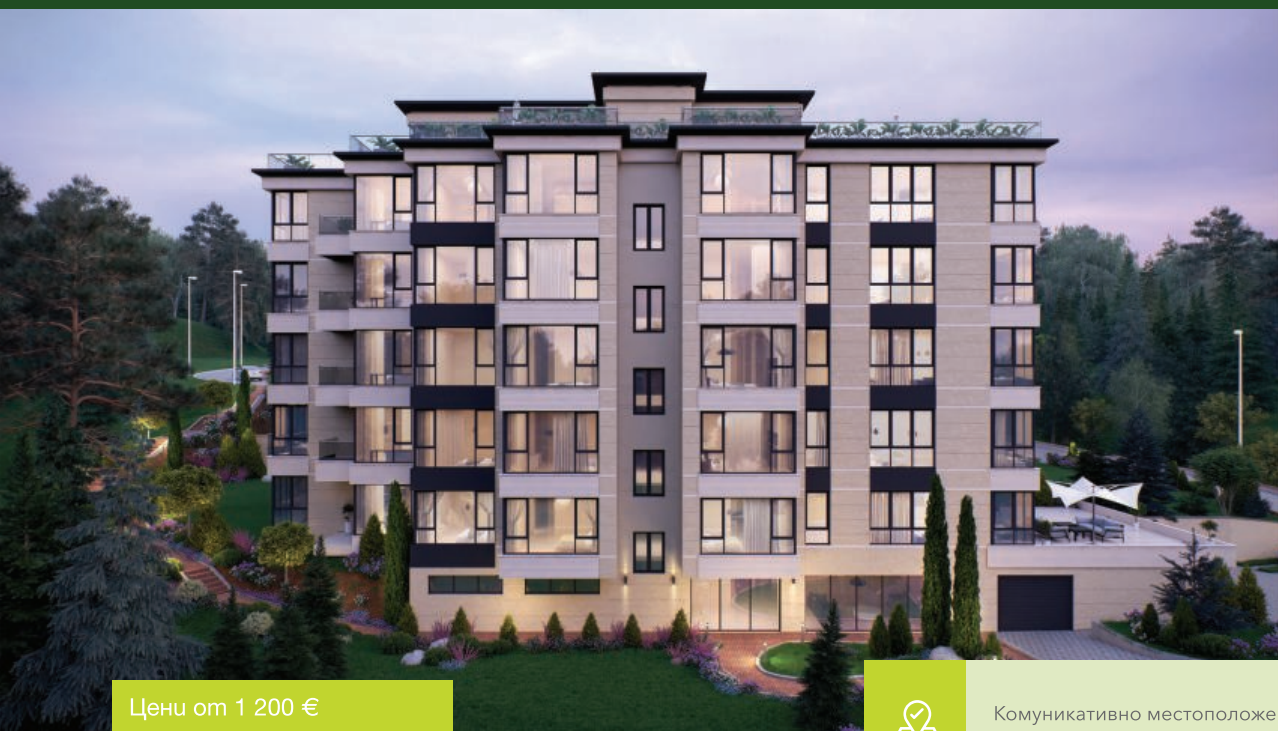


Голям бизнес се прави с **желание** и **максимално себеотдаване**





# edelweiss 3



Цени от 1 200 €

Директно от строител

## Еделвайс 3, Бояна

Еделвайс – 3 е третият луксозен жилищен комплекс на строителния предприемач Христо Чепишев. Разположен в самата Витоша планина, непосредствено над резиденция "Бояна" и на 5 мин пеша от красивите пътеки на парк "Витоша" и Боянската църква.

Комплексът предлага уют, спокойствие и лукс сред природата. Първокласен пропърти мениджмънт, денонощна охрана и най-високо качество на използваните строителни материали, допълват комфорта и характеристиките на проекта.



Комуникативно местоположение, на 15 минути от центъра на столицата.



Комплексът предлага уют, спокойствие и лукс сред природата, в непосредствена близост до парк "Витоша".



Първокласен пропърти мениджмънт, просторни помещения и функционални вътрешни разпределения.



Частен парк, басейн, детски площадки и денонощна охрана.



Модерен дизайн на водещи столични архитекти.



Най-високо качество на използваните строителни материали.





Енерджи Съплай

ул. „Граф Игнатиев“ 2,  
ет. 3, ап. 6

1000 София

тел.: +359 2 9848785

факс: +359 2 9848786

e-mail:

office@energysupply-bg.com

www.energysupply-bg.com



**Соня Николова - Кадиева,**  
управител на „Енерджи Съплай“ ЕООД:

## #ЕнерджиСъплай - #Професионализъм, #Надеждност, #Развитие

**Енерджи Съплай е един от големите търговци и доставчици на електрическа енергия на свободния пазар. Как започнахте и как постигнахте това?**

**БЯХМЕ СРЕД ПЪРВИТЕ РЕГИСТРИРАНИ ТЪРГОВЦИ НА ЕЛЕКТРИЧЕСКА ЕНЕРГИЯ В БЪЛГАРИЯ**

Започнахме преди 10 години, след получаване на първия лиценз и се развивахме успоредно с пазара. Стремим се към дългосрочни отношения с клиентите. Успяхме да се докажем като надежден и коректен партньор. Либерализацията на пазара поставя

постоянно еволюиращи предизвикателства, на които нашият професионален екип е готов да отговори.

**ЕНЕРДЖИ СЪПЛАЙ ДНЕС Е ДОСТАВЧИК И КООРДИНАТОР НА БАЛАНСИРАЩИ ГРУПИ В 12 СТРАНИ**

Надграждаме своята експертиза и това позволява разширяване на дейността в региона. Днес имаме дъщерни компании и лицензи за търговия с електроенергия в Унгария, Сърбия, Македония, Гърция, Босна и Херцеговина, Албания, Хърватия. Ежедневно извършваме доставки и в Италия, Турция, Румъния, Словения и Австрия. От



Предлагаме пълен спектър от гъвкави енергийни услуги.







Бяхме сред първите регистрирани търговци на електрическа енергия в България. **Започнахме преди 10 години и се развивахме успоредно с пазара.**



2012 г. компанията е координатор на стандартна балансираща група в мрежата на ЕСО ЕАД. Координатор сме и на комбинирана група за балансиране на ВЕИ производители. Управляваме балансиращи групи и в Унгария, Сърбия, Македония, Албания, Хърватия и Румъния.

**Електроенергийният сектор е сред най-динамично развиващите се в България и Европа. Как Енерджи Съплай участва в това развитие?**

Ние сме сред основателите на пазара „в рамките на деня“ в Унгария. Като активен пазарен участник допринасяме за пазарното развитие с гъвкавост.

#### **ПРЕДАГАМЕ ПЪЛЕН СПЕКТЪР ОТ ГЪВКАВИ ЕНЕРГИЙНИ УСЛУГИ**

Осигуряваме доставка на електроенергия високо, средно и ниско напрежение и енергийна експертиза - почасово прогнозиране, управления на отклоненията и поемане на плаващ риск като част от договаряните цени и условия. Закупуваме електрическа енергия от различни производители. Особено внимание отделяме на ВЕИ мощностите, за които предлагаме прогнозиране и закупуване на електроенергия, балансиране и оптимизация на разходите. Предлагаме дългосрочни договори за покупка и продажба на електроенергия с възможност за индексирание по различни икономически показатели с цел разпределение на риска от пазарна промяна. Предлагаме и краткосрочни договори с високо ниво на гъвкавост - продукти на дневна база - по уикенд тарифи и отделни часови профили или дори доставки на база 15-минутни договори.

#### **ОСИГУРЯВАМЕ ДОПЪЛНИТЕЛНИ УСЛУГИ КАТО ЧАСТ ОТ ТЪРГОВСКОТО ПАРТНЬОРСТВО**

Оценяваме и управляваме риска за клиентите, като поемаме финансова отговорност при недоставка или свръхпроизводство. Предоставяме консултации и съдействие от регулаторно естество във всички страни от Югоизточна Европа, където оперираме. Разполагаме със система за измерване и мониторинг в реално време, включваща записи на енергийно потребление, финансови разходи и други показатели. На 24/7 разположение на клиентите са търговски отдел, оферирание и доставка на

продукти в реално време.

**Какви предизвикателства виждате пред Енерджи Съплай?**

#### **ПРИ ОБЕЗПОКОИТЕЛНО СЪСТОЯНИЕ НА СЕКТОРА ПОДДЪРЖАМЕ УМЕРЕНА ЦЕНОВА ПОЛИТИКА С ЦЕЛ СПАЗВАНЕ НА АНГАЖИМЕНТИТЕ КЪМ КЛИЕНТИ И ДОСТАВЧИЦИ**

Системата работи в режим на недостиг при мален с около 23% износ в сравнение с миналата година. Докато КЕВР одобрява вдигане на цената на електроенергията, произведена по комбиниран начин от топлофикационни дружества, продаващи на Обществения доставчик тази скъпа енергия, една от базовите централи с относително ниска производствена цена - ТЕЦ Марица изток 2, отделя само малка част от капацитета си за доставка на енергия за регулирания пазар. Допълнен от повишаването на изискванията към въглеродните емисии, този подход не само вреди на държавната централа - той резултира в по-високи разходи за електроенергия, намаляно предлагане на българската енергийна борса, допълнителен натиск върху потребителите, високи цени на балансиращата енергия, фактически и формално фалирали дружества, нелоялно търговско поведение на търговци и потребители.

В края на 2016 - началото на 2017 година цените на балансиращата енергия при недостиг достигнаха стойности, не отговарящи на разходите на системата за балансиране, за което поискахме от КЕВР ревизия на Системния оператор по отношение на сетълменти и ценообразуване на балансиращия пазар. Енерджи Съплай беше единственото дружество, оспорило сетълмента и сега очакваме развитие.

#### **ТЕХНОЛОГИЧНОТО РАЗВИТИЕ ПОСТАВЯ НОВИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА**

Преходът към децентрализирана електроенергийна система и изграждането на „интелигентни домове“, участващи не само в потреблението, но и в производството на електроенергия, поставят пред нас нови предизвикателства. Балансирането и взаимодействието на потребителя-производител с оператора на електроенергийната система предполагат допълнителни услуги, обмисляни от Енерджи Съплай.





## EVN Трейдинг – Вашият надежден партньор на електроенергийния пазар

Вярваме, че устойчивото развитие се гради на доверие и дългосрочно партньорство. Наша цел е да удовлетвори напълно Вашите потребности в енергийната сфера:

**Енергия по Ваша мярка** – Получавате продукти и услуги, съобразени с Вашите специфични нужди и индивидуално потребление.

**Сигурност на добри цени** – Получавате икономически изгодни цени за електрическа енергия благодарение на участие в голяма балансираща група.

**Удобство и спестяване на ресурси** – Получавате професионално обслужване от експерти с дългогодишен опит, което Ви дава сигурност и Ви позволява да се концентрирате върху основната си дейност.



*Elite*  
**Travel International**  
Corporate & Outsourcing Management

24/7 Service

*Your first step to the perfect journey...*

Administrative Commercial Center, 9A Pozitano Str., Office 27, Sofia 1000; tel.: (+359) 02 981 48 09; tel.: (+359) 02 980 33 32;  
mobile: +359 887 460 278; +359 885 552 995; +359 889 519 330; e-mail: [pozitano@elit-travel.eu](mailto:pozitano@elit-travel.eu); web: [www.elit-travel.eu](http://www.elit-travel.eu)





**Загорка АД**  
ул. „Хан Аспарух“ 41  
6008 Стара Загора  
zagorkacompany.bg

## Светът на Загорка

Пивоварна ЗАГОРКА навлиза във втория век от дейността си, а вече повече от 20 години компанията е част от глобалното семейство на HEINEKEN. В този период е инвестирала над 133 млн. евро в модернизация на процесите и увеличаване на производствения капацитет. Днес пивоварната в Стара Загора е сред най-модерните и най-иновативните в региона на Централна и Източна Европа, като същевременно успява да запази традициите и идентичността си.

### ПРОДУКТИ

Портфолиото на ЗАГОРКА е разнообразие от висококачествени продукти, които българите обичат: Zagorka, Heineken, Ариана, Amstel, Stolichno, Desperados, Kaiser, Starobrno. Загорка Ретро бе призната за най-голямата иновация в България до момента, която получи признание и в Европа, тъй като другите компании в групата на ХАЙНЕКЕН последваха примера ѝ. Zagorka Maxx е за тези, които търсят максималното удоволствие от вкуса на бирата без съдържание на алкохол. Продуктите ни със специални вкусови качества: Amstel Premium Pilsener, Stolichno Weiss, Stolichno Pale Bock, а в момента и Stolichno Amber - са с кехлибарен цвят и прекрасен вкус. В сайдер категорията предложенията на компанията са представени чрез марките Strongbow и „Крадецът на ябълки“.

### ИНВЕСТИЦИИ

ЗАГОРКА продължава с амбициозните инвестиционни планове: завършване изграждането на пречиствател-

ната станция, закупуването на нови съдове за отлежаване на пиво, проекти по реновиране на административната сграда. Продължава активното предоставяне на „зелени“ хладилници на пазара, 100% от предоставените през 2016 г. са по-енергоефективни. Фокусът е върху най-добрите практики в работния процес. Много важни за компанията са здравето, безопасността и развитието на служителите. За ЗАГОРКА модернизацията и иновацията имат по-широко значение, което минава отвъд активите и продуктите.

### СОЦИАЛНА АНГАЖИРАНост

Посредством платформата за устойчиво развитие „Създаваме по-добър свят“ ЗАГОРКА фокусира усилията си за социална отговорност. Компанията обобщава прогреса по изпълнение на ангажиментите на компанията в ключовите области: опазване на водните ресурси, намаляване на въглеродните емисии, устойчиви ресурси, здраве и безопасност, отговорна консумация и подкрепа на местната общност в Доклада си за устойчиво развитие. Основната цел при формирането на този фокус е компанията да има възможността с дейността си да влияе и да допринесе за положителна промяна и развитие.

### ЕКОИЗМЕРЕНИЯ

Отличните си резултати в посока опазване на природата и нейните ресурси компанията отбелязва и с намаляване до 3,2hl/hl използване на вода при производството на бира; намаляването на въглеродните емисии с 19%, което също е един от най-добрите резултати в групата на HEINEKEN; устойчиви ресурси е сферата, в която работим в подкрепа на българския



Пивоварната в Стара Загора е модерна и иновативна, но същевременно успява да запази традициите и идентичността си







Първият Музей на бирата - „Светът на Загорка“



**Никос Зоис, изпълнителен директор:**

**Вярвам, че изразът „Успехът е пътешествие, а не дестинация“ описва точно ЗАГОРКА. Ние сме много добър пример, признат и от HEINEKEN.** За да постигнем този успех и да го поддържаме ежедневно, предлагаме на клиентите си уникални висококачествени продукти, а на партньорите си - да надграждаме и разрастваме бизнеса си заедно. **На хората си помагаме да развиват личните и професионалните си умения, което им дава възможност за кариерно израстване не само в нашата компания.** Доказателството за това е, че над 15 от нашите мениджъри, направили кариери на различни позиции в ЗАГОРКА, вече са на много високи позиции в страни от групата на HEINEKEN по света. Нашата амбиция е ЗАГОРКА да е пример по отношение на хората, продуктите и начина на работа. Вярваме, че успешният бизнес е устойчивият бизнес, защото ни е грижа за хората, за природата, както и за мястото, където работим и живеем. Нека продължим заедно нашето пътешествие да „Създаваме по-добър свят“. Дължим го на бъдещите поколения.

бизнес. През миналата година зеленият склад на ЗАГОРКА бе домакин на единственото по рода си 24-часово събитие Climathon, което се организира едновременно в 58 града по света с цел да търси решения на конкретни климатични проблеми.

### **ЗЕЛЕНИ И ОТГОВОРНИ ИДЕИ**

ЗАГОРКА ЗЕЛЕН ФОНД за седма поредна година ще реализира най-зелената идея, от която ще може да се възползват максимален брой жители от местните общности. И за втора поредна година ЗАГОРКА получава признание като най-зелената компания в сектора на бързооборотните стоки. Инициативите в подкрепа на отговорната консумация включват стартиралата кампания „GAME OVER - Алкохолът не е игра“, свързана с вредата от употребата на алкохол от непълнолетни лица, и „Ако шофирате, никога не употребявайте алкохол“, като част от глобалното партньорство на Heineken® и Formula 1®.

2016-а бе поредната година, в която ЗАГОРКА остави своя отпечатък като една от най-успешните организации и ще продължава уверено да върви напред.



Никос Зоис награждава победителя от националния конкурс на Загорка Зелен Фонд по време на Climthon 2016



**ЗОРА**  
Бъдещето, което създаваме гнес.

Търговска  
верига ЗОРА

ул. „Чепинско шосе“ 15

1225 София

www.zora.bg



## Иновативно и модерно пазаруване

Търговска верига ЗОРА оперира от 25 години на българския пазар. През септември 2016 г. компанията отпразнува четвърт век в България. За този период търговската верига изгражда своя мрежа, която към днешна дата се състои от 36 обекта, разположени из цялата страна, и електронен магазин.

Пазарният дял на ЗОРА варира между 15 и 20%, а инвестициите, направени до момента, са в размер на около 70 млн. лв. Собственият капитал на веригата е 45 млн. лв.

Стратегията, която компанията прилага през годините, е да реинвестира 80% от печалбата, и така успява да задържи позициите си на пазара.

„Конкуренцията е един от двигателите на бизнеса. Ако я няма, ние ще заспим. Само малко да се отпуснеш и пропуснеш правилния начин на движение, сметките ще излязат лоши“, допълва още Георги Милушев.

Плановите за развитие на търговска верига ЗОРА са свързани с развитието на търговската мрежа, обогатяване на асортимента и промяната на корпоративната идентичност на веригата. „Иновациите са основен фокус за компанията, а развитието на технологиите налага да бъдем модерни, различни, отличаващи се и креативни“, коментира основателят на веригата.

Обновените вече обекти са изцяло изградени в духа на новата корпоративна идентичност и визия, която е коренно различна от досега познатото оформление

на интериора на подобни обекти.

Оформлението на вътрешното пространство е с поглед в бъдещето и е вдъхновено от иновативността и динамиката, с която се развиват технологиите, и нагледно осъществява идеята за кардинална промяна на вътрешната среда, за едновременна видимост и достъпност на отделните стокови зони, за максимално улеснение на клиентите.

За втори път ЗОРА е носител на престижното отличие BEST BUY AWARD, което се предоставя от Организацията за сертификации ICERTIAS - International Certification Association, със седалище в Цюрих, Швейцария, на базата на проучване сред българските потребители, които определиха за номер 1 Търговска верига ЗОРА за „Най-добро съотношение между цена и качество в търговията на дребно с бяла техника и кухненско оборудване“.

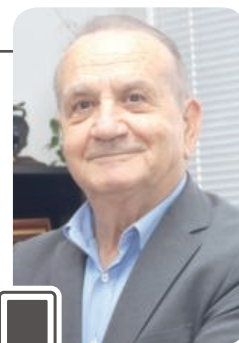
Отличието BEST BUY AWARD за 2017/18 година на ЗОРА е израз на доверието на потребителите към марката и свидетелство за изключителния 25-годишен успех на българския пазар.

ЗОРА инвестира в своите служители и отделя не малко средства за обучение на кадрите. „Ако искаме да постигнем успех, големият ни капитал са именно нашите служители“, категоричен е Георги Милушев.

Тази година ЗОРА планира откриване на магазини в още няколко български града. Първият за годината отвори врати на 18 март във Велико Търново.



„25 години е достатъчно време да разбереш, че се изискват много труд и усилия да създадеш устойчив бизнес. Ние започнахме с едно магазинче под наем и успяхме да създадем фирма с добра основа и здраво стояща на пазара. Тя се ползва с доверието на нашите клиенти и доставчици, има добър кредитен рейтинг“, разказва Георги Милушев, един от тримата основатели и управляващи съдружници на веригата.







ХОТЕЛИ



ОФИСИ



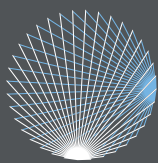
ЖИЛИЦА



ТЪРГОВСКИ ПЛОЦИ



ИНДУСТРИАЛНИ ИМОТИ



**GALAXY**  
INVESTMENT  
GROUP

Invest with confidence

Галакси Инвестмънт Груп инвестира, развива и управлява портфолио от успешни проекти в различни направления на недвижимата собственост – хотели, жилищни и ваканционни комплекси, офисни сгради, търговски и индустриални площи.

Стратегическите инвестиции на компанията са съобразени с водещите фактори в динамичната бизнес среда и дългосрочните тенденции на пазара. Позиционирани на ключови локации, всички проекти отговарят на съвременните модели за развитие на бизнес и притежават множество предимства. Те са продукт на активното участие на екипа на Галакси Инвестмънт Груп, неговия висок професионализъм и компетенции.

Съпвайки върху богатия си опит в придобиване, планиране, изграждане, управление, продажба и отдаване под наем на активи, компанията се е утвърдила като доверен инвестиционен партньор, който следва високи стандарти и създава отношения, които се оценяват високо във времето.

[www.galaxy-bg.com](http://www.galaxy-bg.com)





## Вдъхновени от технологиите

Реализирането на потенциала на технологиите в нишата на игралната индустрия е водещата цел при основаването на Казино Технологии. Компанията е създадена през 1999 г. и е първият лицензиран производител в игралния сектор в България. Пилотният софтуер на фирмата показва отлични резултати и става много популярен първо на родния пазар, а после и по игрални зали на държави в Източна Европа, където има многобройни инсталации.

През следващите години компанията създава портфолио от продукти, които в бранша имат имидж на бутикови с успешни игрални решения и привличат потребителите на казино игри, като генерират добри резултати. Казино Технологии създава и нови трендове. Слот машината ARCH™ е първата в индустрията с хоризонтално извит HD монитор, който потапя в играта.

Последните модели слот машини EZ MODULO™ и TOWER™ slant top се приеха много позитивно, когато бяха показани за първи път тази година на най-голямото изложение в игралната индустрия - ICE Totally Gaming в Лондон. Интересът бе провокиран от възможността в тях да бъде въведена патентована игрална концепция на Казино Технологии - COMBO™, която съчетава традиционната и онлайн играта. Тя позволява игра едновременно на основния монитор на машината и онлайн на допълнителен втори екран. Концепцията доразвива визията на компанията за доставяне на игрално съдържание по всички възможни канали - на традиционните слот машини и онлайн - през таблет и по мобилен телефон.

Визията е в основата и на създаването на системата от пет компонента - THE BIG 5™. Петте части включват класическа система за управление на казина и игрални зали, универсален джакпот

сървър, дистанционен игрален сървър за достъп до игралното съдържание на фирмата, платформа за онлайн игра и система за финансови трансакции.

Казино Технологии е и социално ангажирана компания, която осъзнава своята корпоративна отговорност във всеки аспект на бизнеса. Фирмата подкрепя инициативата „Отговорна игра“, която е създадена с активното участие на Българска търговска асоциация на производителите и организаторите от игралната индустрия (БТАПОИИ). Целта е възпитаване на отговорно отношение към играта у потребителите и промотиране на социално отговорни политики.

С ангажимент към обществото, Казино Технологии постоянно се стреми да предлага ефективни решения и продукти, които достигат до потребителите през офиси и дистрибутори по целия свят. Балканите и Източна Европа са сред основните пазари. Преди 10 години бе открит първият офис на компанията в Южна Америка - в Перу. Днес продуктите на фирмата се продават из целия континент - в Аржентина, Панама, Хондурас, Белиз, Суринам, Колумбия, Уругвай. Пазарът се разширява и към Африка, където има офиси в Кения и дистрибутори в ЮАР. Азия е сред новите и интересни дестинации, на които Казино Технологии вече стъпи.

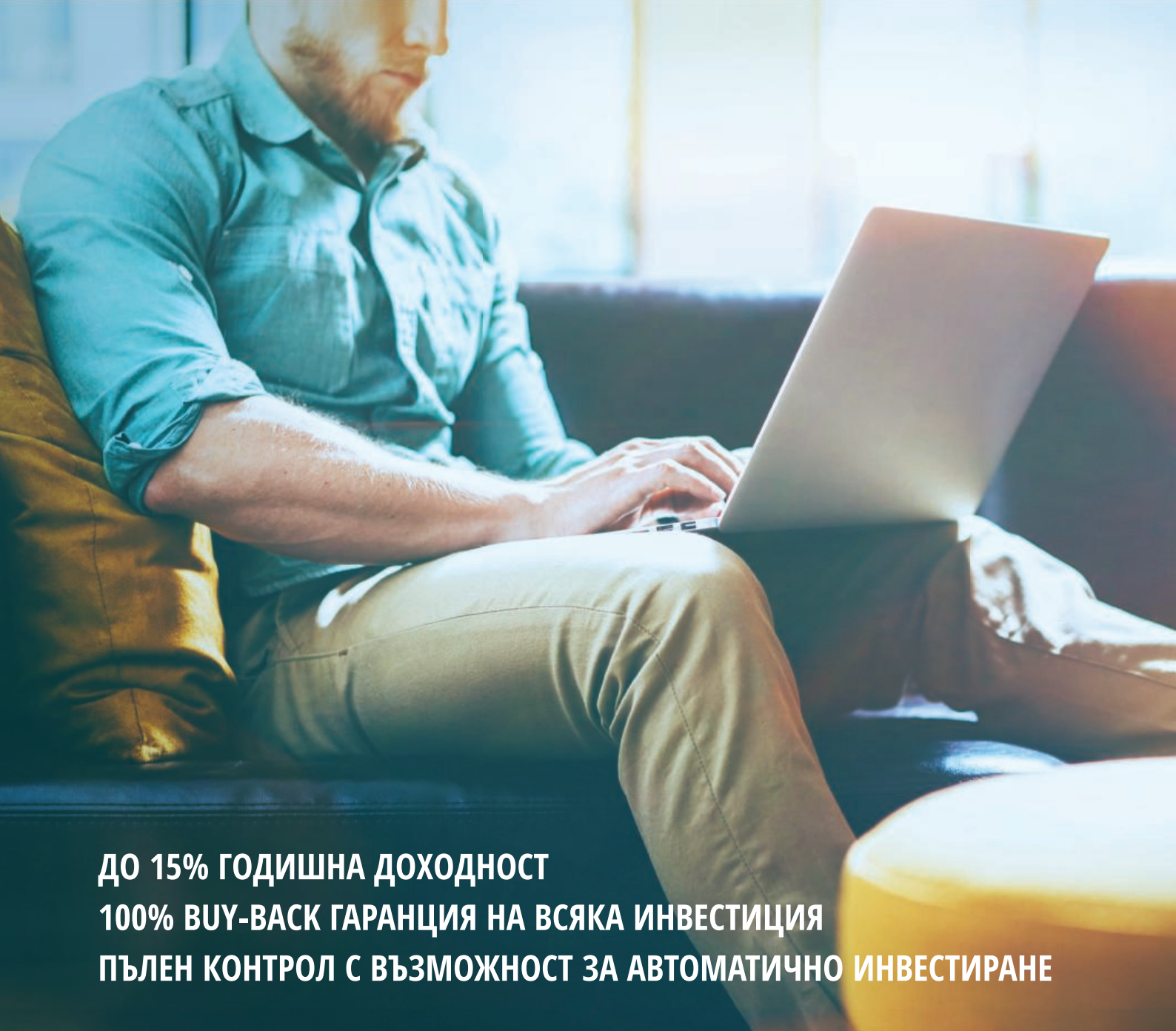


**Вдъхновението  
ражда успех.**

Искрата на  
вдъхновението  
поставя началото  
и на Казино  
Технологии







**ДО 15% ГОДИШНА ДОХОДНОСТ  
100% BUY-BACK ГАРАНЦИЯ НА ВСЯКА ИНВЕСТИЦИЯ  
ПЪЛЕН КОНТРОЛ С ВЪЗМОЖНОСТ ЗА АВТОМАТИЧНО ИНВЕСТИРАНЕ**

**До 15% годишна доходност с iuvo – платформа за peer-to-peer инвестиции**

**Iuvo** е платформа за **peer-to-peer инвестиции**, на която потребителите могат да купуват части от кредити, отпуснати от небанкови финансови институции. Платформата оперира от юли 2016 година и към момента има повече от **1500 потребители** от **48 държави**, които са инвестирали над **5 000 000 лв.**

Бизнес моделът на iuvo следва глобалния тренд на споделената икономика и предлага алтернатива на всички, които искат да печелят повече от парите си.

Започнете да реализирате доходност на:  
[www.iuvo-group.com](http://www.iuvo-group.com)

\*Средствата, инвестирани през платформата, не са депозити и поради това не са гарантирани от закона, нито е гарантирана тяхната доходност. Дейността на платформата не се регулира от законодателството, касаещо инвестиционни посредници.







карго-партнер

бул. „Проф. Цветан  
Лазаров“ 97

1582 София

Тел.: +359 2 814 09 11

E-mail:

[bgsof@cargo-partner.com](mailto:bgsof@cargo-partner.com)

[www.cargo-partner.com](http://www.cargo-partner.com)



Антон Стойков:

## „карго-партнер“ извежда ЛОГИСТИЧНИТЕ УСЛУГИ НА НОВО НИВО

- Г-н Стойков, вие ръководите една от водещите компании в динамично развиващия се логистичен бранш. Кои са предпоставките за успех в този сектор и конкретно на „карго-партнер“?

- В последните години логистичният бранш е един от тези, които отчитат най-голям ръст на годишна база в българската икономика. Ако трябва да обобща причините за успеха му с една дума, тя би била „качество“. Благодарение и на чуждия опит, от който могат да се възползват компании с международно участие като „карго-партнер“, в последните години логистичният бранш изведе услугата си на ново ниво - ако преди се предлагаше най-общо транспорт от точка до точка, в момента можем да улесним максимално клиентите си, като им съдействаме с цялостни интелигентни решения. Това означава, че имаме готовност да се



погрижим не просто да транспортираме един товар, а да осигурим безпроблемното му съхранение, превозване при специфичните условия, изискващи се от различните пратки, митническо обслужване, застраховане на товара и т.н. Това е възможно и заради активното



---

**„карго-партнер“ е фирма за логистика и транспорт, част от австрийската група със същото име.** Компанията разполага с над 100 собствени офиса и ключови партньори по целия свят - Европа, Китай, Корея и САЩ. **В момента усилията на „карго-партнер“ са фокусирани върху засилване на присъствието си в Далечния изток.** „карго-партнер“ е на пазара на логистични услуги в България от 2003 г. Фирмата предлага целия набор от транспортни и логистични услуги: сухопътен транспорт; морски транспорт; въздушен транспорт; складиране.

---

навлизане на ИТ технологиите. Така например, чрез специфичен софтуер (системата СПОТ), ние и нашите клиенти можем едновременно да проследяваме всички пратки във всеки момент, да комуникираме, да разменяме и съхраняваме документи и т.н. По този начин да предложим високо ниво на сигурност и информираност относно движението на товара. Ние в „карго-партнер“ сме горди, че въведохме тази система при всички видове транспорт, които предлагаме - въздушен, сухопътен и морски.

Съществена предпоставка за успех в нашия бранш, на която искам да обърна специално внимание, е и изграждането на качествени логистични центрове. Стремейки се да се развиваме непрекъснато, полагаме усилия и в тази посока. Последната ни инвестиция е свързана с изграждането на нов самостоятелен логистичен център върху 3 пъти по-голяма площ от настоящата ни база. Планирали сме откриването за март 2018 г.

**- Статистиката сочи, че само през последното тримесечие на м.г. е започнал строежът на над 20 хил. кв. м. логистични бази. Да очакваме ли скорошно насищане в предлагането на складови пространства?**

- За момента по-скоро сме в ситуация на активно търсене и недостиг на логистични бази. България се превръща в разпределителен център за пратки от Далечния изток до Европа и моята прогноза е, че още дълго време търсенето на качествени складови бази ще надхвърля предлагането. По тази причина в момента „карго-партнер“ прави сериозна инвестиция в изграждането на изключително иновативен логистичен център - оборудван с най-модерни системи за контрол и извършване на всякакви логистични операции, както и с възможност за митническо складиране. Съвсем отговорно мога да заявя, че подобен център до момента в София не е изграждан. Допълнително негово предимство е това, че се намира в близост до летище и едновременно с това ще има връзка с директна жп линия.

**- На какво ще залага „карго-партнер“ в бъдеще?**

- Въпреки изключително голямата конкуренция в нашия бизнес, „карго - партнер“ ще продължи да залага



на своите предимства, които ни отличават от останалите. Ще продължим да развиваме най-успешните си продукти. Ние сме безспорният лидер във въздушния транспорт, а през последните 18 месеца се превърнахме и в много сериозен доставчик на качествена логистична услуга. За всички клиенти и партньори гарантираме изключително съотношение между качество и цена на предлаганите услуги.

Предстоят ни дни на отворени врати, в които специално ще разкажем на клиентите си как да работят с нашата иновативна софтуерна система СПОТ. Освен това следим отблизо развитието на икономиката и имаме готовност да отговорим на нуждите на бизнеса. Пример за това е нашият нов офис, който съвсем скоро отвори врати в Пловдив. Всички сме свидетели на ръста на индустрията в този регион и съвсем логично ние също планираме активно присъствие там. Не бива да пропускаме и факта, че като работодател и данъкоплатец сме изключително коректни.

**- Какъв е вашият личен мениджърски подход?**

- Оценката по-скоро трябва да даде екипът ми. Стремя се да ръководя компанията много открито и чрез диалог. За мен е изключително важно да има постоянна комуникация между всички отдели в „карго-партнер“. Това е ключът към успеха, който ние измерваме с нарастващия брой на доволните ни клиенти.





Кауфланд  
България  
ЕООД енд Ко КД  
ул. „Скопие“ 1А  
1233 София  
www.kaufland.bg



## Качеството и богатият асортимент влизат в мобилно приложение

Който не става по-добър, престава да бъде добър. Това е една от най-често използваните фрази, ако говорите със служител на Kaufland България. И тя напълно отразява начина на мислене на веригата хипермаркети.

### ПОТРЕБИТЕЛИТЕ

Всички действия на компанията са насочени към потребителите. „Предоставянето на качествени стоки в комбинация с богат асортимент и изгодни цени е формулата, която търсят потребителите. Именно това

рактивен начин, но и дава възможност за изготвянето на списъци за пазаруване и споделеното им управление в реално време между различни потребители.

### ЕКИПЪТ

Да отговаряш на нарастващите изисквания на клиентите не е лека задача. Особено отговорна е тя за лидера в сектора. За да бъде задържана позицията, трябва силен екип. „Именно екипът е двигател на добрите резултати, които имаме“, добавя Спасов. Със своите над 6800 служители веригата е един от най-големите работодатели у нас. Грижата за тях и предоставянето на привлекателни условия за труд прави Kaufland България предпочитан работодател.

### ОТ ЛЮБОВ КЪМ БЪЛГАРИЯ

Като голям работодател и инвеститор Kaufland България носи отговорност и за развитието на икономиката. От стъпването си у нас през 2006 г. до момента са направени инвестиции в размер на 1,4 млрд. лв. Данъците, платени само за календарната 2016 г., са в размер на 125 млн. лв. При предлагания асортимент работата с местни производители има водеща роля. В продуктите категории, в които страната ни има производствени традиции, стоките с български произход стигат до 70%. „Постоянно актуализираме асортимента си спрямо потребителските предпочитания. Променяме се, защото искаме да бъдем най-добрите“, коментира Спасов.



Кауфланд България ЕООД енд Ко КД е на българския пазар от 2006 г. **Веригата има 57 хипермаркета в цялата страна, в които се предлага богат асортимент от хранителни и нехранителни стоки.** Обектите са със средна търговска площ от 3200 кв.м, а със своите над 6800 служители компанията е един от основните работодатели в страната.



предлага и Kaufland България“, коментира Димитър Спасов, председател на управителния съвет на Кауфланд България ЕООД енд Ко КД.

### ИНОВАЦИИ

Компанията постоянно прави инвестиции и подобрения с цел улеснение на клиентите. Наскоро в два хипермаркета бе инсталирана машина за уедряване на монети, а в средата на март стартира мобилно приложение, което не само представя седмичните оферти по инте-





# НОВИЯТ FORD EDGE

Голям SUV като никой друг – дързък и отличителен. Почувствайте прецизността на Адаптивното управление. Насладете се на възможностите на 2.0-литровия дизелов двигател с 210 к.с. и Интелигентната система 4x4. Потопете се в спокойствието, осигурено от Активния контрол на шума. Новият Ford Edge вече е тук. Изживейте го при Вашия дилър на Ford.

НА ЦЕНА

**67 900 ЛВ.**  
без ДДС



Ср. разход на гориво 5,8 л/100 км; CO<sub>2</sub> емисии 149 г/км. Снимката е с илюстративна цел.

**МОТО-РФОНЕ**



**Go Further**





Лактима

Тел. 02/925 2299

Факс: 02/925 1771

office@lactima.net

<http://www.lactima.bg/>



## Повече от 20 години качествени млечни продукти

Лактима е един от най-големите производители на мляко и млечни продукти в България. Компанията започва своето развитие преди повече от 20 години във Велико Търново. Тя е първият производител на айрян, предназначен за директна консумация - любимият на всички айрян „Балкан“.

През годините Лактима се ръководи от основния принцип да създава качествени и пълноценни млечни продукти. Киселото мляко е традиционен български продукт и компанията умело използва наследствената традиция като „трамплин“, за да развие иновативни и нишови продукти.

Лактима е в период на активно развитие и през последните години успя да обогати портфолиото си с разнообразни продукти, което от своя страна доведе и до подобряване на финансовите резултати. За това спомогна и тенденцията в потребление на хранителни продукти, въвеждането на ключови иновации в производството, както и успешното управление.

В продуктовото портфолио на компанията присъстват кисело и прясно мляко, айрян, млечни напитки и десерти, био серия млечни продукти и

серия, направена изцяло от биосертифицирано мляко.

Лактима активно развива технологиите за производство, които запазват максимално добре хранителните свойства на млякото и съответстват на традициите. Компанията е въвела четиристепенна система за качество и контрол - от суровината, до готовата продукция и реализацията на пазара. През определен период от време се изпращат проби от готовата продукция в акредитирана независима лаборатория, с цел запазване на естествените свойства на млякото. Едновременно с това, продуктите отговарят на европейските изисквания за щадящо природата високотехнологично производство. Компанията притежава сертификати ISO 9001; ISO 22000; IFS.

Повече от 20 години Лактима Балкан се стреми към приготвянето на пълноценни млечни продукти. Актуалните тенденции показват, че това става все по-важно за българските потребители, тъй като млечните изделия са традиционен продукт на трапезата. Наблюдава се ясна тенденция, която кара все повече да се обръща





“ Успехът идва,  
когато лидерът  
мотивираща екипа  
си за победа!

”

внимание на запазването на хранителните свойства на млечните продукти, съществено важни за здравословния начин на живот.

„Успехът идва, когато лидерът мотивира екипа си за победа“, е мотото на Петър Христов, председател на Борда на директорите на „Пропъртис Мениджмънт Груп“, който обединява дружества от хранително-вкусовата промишленост, инфраструктурата, строителството, финансови и консултантски компании.

„Млякото е една жива система, която трябва да запазим чиста. Именно затова имаме строг контрол не само при неговия прием, но и по време на неговата преработка и опаковане“, споделя още Петър Христов.

Петте основни принципа за успешен бизнес на компанията са свързани с анализ на потребителското поведение, инвестиции в иновации и технологично оборудване, изграждане на лоялни и дългогодишни партньорства с доставчици и клиенти, инвестиране в развитие и обучение на служителите и участие в социални проекти и развитие на социална корпоративна отговорност.







**Leks**  
GROUP

Лекс Груп АД

бул. „Цар Освободител“ 28

БОТЕВГРАД

тел.: 0723 / 68 830

E-mail:

[office@leksgroup.com](mailto:office@leksgroup.com)

[www.leksgroup.com](http://www.leksgroup.com)



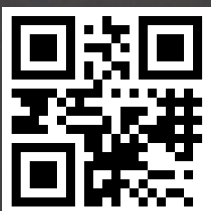
Нашите аспиратори правят това, което сме предвидили:  
ПРЕВРЪЩАТ ВЪЗДУХА В КОМФОРТ!



Чрез своята програма ECO 50°C новите съдомиялни машини постигат максимална ефективност при минимална консумация на ел. енергия и вода



Новите „ЗЕЛЕНИ“ и рециклируеми мивки, произведени от иновативния материал ECO Stone, се грижат за околната среда и човека







## ЛЕКС ГРУП АД - Бъдещето е сега!

ЛЕКС ГРУП е създадена преди 27 години с цел конструиране и кооперирано производство на електродомашински уреди за вграждане за потребностите на мебелната индустрия. Тя е единствената интернационална компания на територията на Балканите, обслужваща мебелния сектор специализирано с електродомашински уреди за вграждане, мивки и смесители чрез търговските си марки FABER, EUROLUX, LINO.

Със своята солидна продуктова гама от над 650 модела електродомашински уреда за вграждане и своите дъщерни фирми BEOLEKS, SKOLEKS & PRILEKS, ЛЕКС ГРУП обслужва успешно над 2700 фирми от мебелния сектор на територията на България, Сърбия, Македония, Албания, Черна гора и Косово.

ЛЕКС ГРУП е изградила лидерската си позиция в бранша посредством създаване на продукти на база специфичните изисквания на потребителите от региона.

Тя е носител на отличието на СЪВЕТА НА ЕВРОПЕЙСКАТА БИЗНЕС ОБЩНОСТ - „Златната книга“. Признание с висок престиж за приноса ѝ към развитието на българската икономика, за иновативна политика, европейски мениджмънт и социална отговорност.

В компанията работят 150 висококвалифицирани специалисти, които се грижат ежедневно за комфорта в най-функционалното помещение в дома - кухнята.

Това, което отличава ЛЕКС ГРУП, е широкомащабната изградена собствена сервизна мрежа, която осигурява чрез сервизните си екипи ефективно и бързо гаранционно и следгаранционно обслужване. Грижата за клиента и спечеленото доверие фирмата е успяла да изгради не само чрез собствената си сервизна мрежа, а също и чрез предоставената оптимум пълна 5-годишна гаранция.

### Петър Стефанов, Търговски директор на ЛЕКС ГРУП АД:

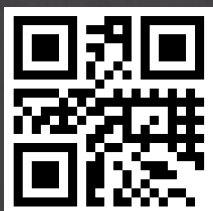


Предизвикателствата пред нашата компания в следващите 10 години са да продължим да създаваме продукти, които отговарят все повече на очакванията и изискванията на потребителя, които следват световните тенденции на енергийна ефективност, екологосъобразност и практична функционалност, на които потребителят винаги може да се довери както при обзавеждане на дома или вилата си, така и за цялостно оборудване на хотели, ваканционни селища и курортни комплекси.

**Нашите уреди са проектирани, за да се слоят напълно с кухнята, без да губят своята идентичност. Те винаги се открояват от всички останали, защото са съвършено различни, създадени в полза на потребителя!**



**Лидл България**  
Централен офис  
ул. „3-ти март“ 1  
2129 с. Равно поле  
[www.lidl.bg](http://www.lidl.bg)



## Лидл България - веригата, която си заслужава

**Първи в Европа. Четвърти в света.** Водещи в България. Така накратко бихме могли да опишем присъствието на Lidl в ритейл сектора. В световен план компанията оперира в над 27 държави с над 10 000 магазина и повече от 110 регионални центрове за дистрибуция в Европа. Предстои и още по-сериозна експанзия - стъпването ѝ на американския пазар това лято. В България разрастването на веригата се случва с не по-малка динамика - от 2010 г. досега Лидл България открива 83 магазина в 43 града, а днес има още по-смели планове за експанзия, сред които и откриването на втори логистичен център в с. Кабиле, Ямбол. Също толкова впечатляващи са и цифрите, представящи компанията като работодател и отговорен бизнес - над 2000 служители, средна работна заплата за компанията 1641 лв. и 95 млн. лв. платени данъци и такси за 2016 г.

### БИЗНЕС МОДЕЛЪТ

В основата на успешния бизнес модел на Lidl е предлаганото най-добро съотношение качество-цена. „Ежегодно нарастващият брой клиенти, които избират Lidl като модерен дискаунтър, оценяват удобните локации,

прегледната стокова подредба, добре селектирания асортимент и разнообразието от собствени марки. В Лидл просто не трябва да избираш между качество и цена - имаш ги и двете“, коментира Милена Драгийска, главен изпълнителен директор на Лидл България. Веригата привнася световни практики и инструменти, обменя международно ноу-хау, като го адаптира успешно с локалната експертиза и националните особености и го превръща в изключително конкурентно предимство.

### ОТГОВОРНОСТ ОТ НОВО ПОКОЛЕНИЕ

През 2016 г. Лидл България коренно преобръща представите за това как се прави устойчив бизнес. Отваря врати първият филиал от ново поколение - това е първата и единствена по рода си интелигентна сграда в ритейл сектора у нас, проектирана и изпълнена с фокус върху опазването на околната среда, енергийната ефективност и подобрената работна среда за служителите. Доказателство за това е най-високото възможно ниво на серти-

““  
**Първи в  
Европа,  
четвърти  
в света**  
””





“

В Лидл просто не трябва да избираш между качество и цена - **ИМАШ ГИ И ДВЕТЕ**

”

споделя как е увеличил доставките си към Лидл България в рамките на пет години - от 6,5 тона на 151 тона, или с цели 23 пъти. Това са само част от примерите, в които българските производители споделят приноса на компанията за техния успех. Днес Лидл България продължава да си партнира с над 40 % от родните производители, с които започва работа при стъпването си в България, като доказва, че устойчивото развитие се постига с взаимни усилия, целенасочени и доказано ефективни действия.

### ПЪЛНОЦЕННИЯТ ЖИВОТ

Пълноценен живот - това са двете думи, които определят един от основните приоритети на Лидл България. С всичко, което прави - от продуктите, които предлага, до инициативите, които подкрепя или сама организира, компанията се стреми да помага на хората да водят пълноценен начин на живот. Затова през 2017 г. компанията изчисли за първи път Индекса на пълноценен живот на българина, който показва 10-те най-важни фактора за щастлив живот. Не е изненада, че Лидл е насочвал и ще насочва своите усилия именно в тези най-важни за българина области, като не само ще надгражда вече съществуващи инициативи, но и ще постави начало на нови такива. Две от тях вече са факт - веригата стартира своята най-голяма социално отговорна инициатива „Ти и Лидл“, както и инициативата, насочена към децата и техните родители - „Лидл - за твоето дете“. Компанията не спира дотук - стойностната българска култура, изкуство и спорт са другият важен фокус на нейната подкрепа. Затова Лидл България застава зад емблематични български изпълнители като Лили Иванова и Васко Василев, както и превърналия се в повод за национална гордост волейболен отбор на България.

фициране - „Изключително“, на международния сертификат BREEAM, който в световен план притежават под 1% от сградите в ритейл сектора. Това е и философията на компанията за отговорен бизнес - не просто да инвестира част от печалбата си в устойчиви каузи и инициативи, а да прави бизнеса си по устойчив начин, съвместим с околната среда и социалните реалности.

### РЕАЛНИ ДЕЙСТВИЯ - РЕАЛНИ РЕЗУЛТАТИ

Редица български компании получават възможност за експорт благодарение на партньорството си с Лидл България. Такъв е примерът на една семейна българска фирма, производител на халви и локуми, която вече изнася за румънския пазар. Постига и друг впечатляващ резултат - само за месец, в който е част от продуктовата линия на веригата „Родна стряха“, надвишава годишния си оборот с компанията за 2016 г. Друг български производител, но на млечни продукти,



IS  AUTO

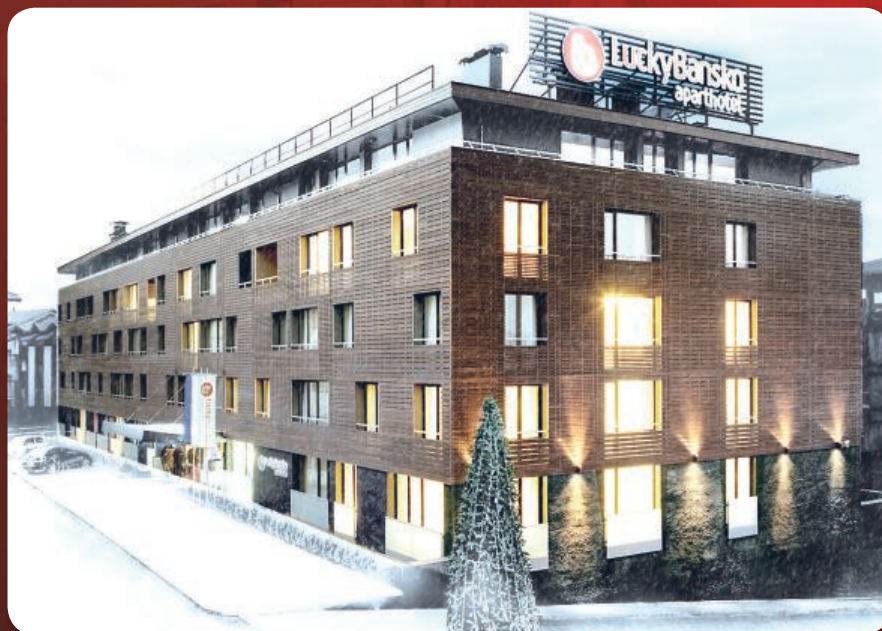
[isauto.net](http://isauto.net)





# LuckyBansko Spa & Relax

APARTHOTEL \* \* \* \* \*



*Хотелът за Вашата прекрасна  
зимна почивка и летен  
релакс! Невероятно СПА и  
професионално обслужване!*



0879 111 222; 02 80 66 178  
[info@luckybansko.com](mailto:info@luckybansko.com);  
[www.luckybansko.com](http://www.luckybansko.com)





На пазара си  
проправят път и  
продукти, които  
потребителите  
намират за  
твърде странни

## Мисли нестандартно, действай глобално

Има компании, които постигат неочаквано бърз пазарен успех. И всичко започва от... една идея. Това важи както за някой щур продукт, който може да намери неочаквано добър прием на пазара, така и при развитието на технологиите, където темпото постоянно се ускорява. Но всичко това е възможно благодарение на хора с нестандартен подход, на които не им липсва решителност да опитват.

### РИСК ПЕЧЕЛИ

Ако в главата ви се върти някоя „безумна“ на пръв поглед идея за собствен бизнес, не бързайте да я прогоните. Може би си струва да я реализирате. Още повече ако получите оценки, че е „безполезна“, „странна“ или „глупава“. Понякога идеи, отхвърлени от консервативно мислещи хора в рамките на добре познатото, се превръщат в неочаквано добър бизнес. Това може и да са изключения, но именно те потвърждават правилото, че си струва да пробваш, тъй като ако рискуваш, може и да спечелиш. Новата формула е: Мисли нестандартно, действай глобално.

### ВЪЗДУХ ОТ РОДОПИТЕ

Ще дадем примери от света, но нищо чудно и някой български стартап да успее да направи пробив на глобалните пазари с някой щур продукт. Всъщност има - през 2014 г. в платформата eBay се появиха обяви за продажба на торби с въздух от Родопите с цена от 9 паунда. Предлагат се и по-големи разфасовки. Има уверения, че продуктът е 100% органичен и е идеален, ако потребителят има нужда от креативност и творческо вдъхновение. В обявата се казва още: „Кой не е мечтал да избяга от натовареното ежедневие и да отиде в планината, за да се наслади на снежна природа, чист въздух и ... тишина! Родопите със своя свеж въздух са най-подходящото място

за това.“

### БЪРЗО ИЛИ БАВНО

Всеки се надява на бърз успех, но понякога той идва чак след години, ако сте проявили упорство и неотстъпчивост да наложите своя продукт. Такъв е случаят с Trunki - малките цветни куфари за деца. Идеята се ражда още през 1997 г., когато студентът Роб Лау проектира дизайн на детски куфари. На базата на своя проект от университета през 2003-а той основава компанията Trunki с грантово финансиране. Но бизнесът не потръгва и е закрит в края на 2005 г. Роб Лау обаче не се огъва пред трудностите, продължава да търси подстъпи към пазара и с времето продуктът придобива значителна популярност сред млади пътуващи семейства, а самият Лау се радва на повече от 7 млн. паунда годишни приходи.

### И КАМЪКЪТ НОСИ ПЕЧАЛБИ

Има много щури идеи, спечелили сърцата на потребителите. Една от тях е, че камъните може да са перфектните домашни любимци. Тя е реализирана от предприемчивия американец Гари Дал още през 1975 г., когато той предлага любимец, който няма нужда да бъде хранен и разхождан, а и не се разболява. Като на шега той създава компанията Pet Rock и продажбите потръгват. В пакета е и книжка с инструкции, в която наред със съветите за отглеждане на домашния любимец има карикатури, вицове и анекдоти. И днес срещу 19,95 долара може да купите от този нетрадиционен продукт.

Ако имате нестандартна идея и се питате как да я финансирате, може да последвате съвета на американския предприемач Чез Хайотис, който препоръчва: Купете си чаша хубаво кафе и посветете следващите няколко часа на сериозен размисъл откъде да намерите достатъчно пари за инвестиция.



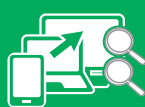




ЛИРЕКС Е БЪЛГАРСКА ИТ КОМПАНИЯ, КОЯТО ВЕЧЕ 25 ГОДИНИ РАЗВИВА ТЕХНОЛОГИЧНИЯ СЕКТОР У НАС. КОМПАНИЯТА СЪЗДАВА РЕШЕНИЯ, КОИТО НЕ ПРОСТО ОСИГУРЯВАТ СВЪРЗАНОСТТА И ДОБРОТО УПРАВЛЕНИЕ, И ФУНКЦИОНИРАНЕ НА ИТ РЕСУРСИТЕ, НО И СА В УСЛУГА НА БИЗНЕСА И ВЕДОМСТВАТА — УВЕЛИЧАВАТ ЕФЕКТИВНОСТТА, АВТОМАТИЗИРАТ И ПОДПОМАГАТ ПРОЦЕСИТЕ ВЪТРЕ В ОРГАНИЗАЦИИТЕ, ТАКА ЧЕ ДА МОГАТ ДА СЕ ВЪЗПОЛЗВАТ МАКСИМАЛНО ОТ ВЪЗМОЖНОСТИТЕ, КОИТО СЪВРЕМЕННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРЕДОСТАВЯТ. ПАРТНИРА СИ С НАД 20 СВЕТОВНО ИЗВЕСТНИ ПАРТНЬОРИ, СРЕД КОИТО HP Inc., HPE, CISCO, MICROSOFT, FUJITSU, DELL, ORACLE, XEROX, VERINT, POLYCOM, VMWARE, BLUE COAT, LOGLOGIC, ДР. ЛИРЕКС КОМ Е ФОРМИРАНА ОТ ДРУЖЕСТВАТА ЛИРЕКС БГ, ЛИРЕКС БС И ЛИРЕКС ХАЙ-ТЕХ. ВСЯКО ОТ ТЯХ Е СПЕЦИАЛИЗИРАНО В ПРЕДОСТАВЯНЕТО НА ПЪЛЕН ЦИКЪЛ ОТ УСЛУГИ НА КЛИЕНТИТЕ В РАЗЛИЧНИТЕ СЕКТОРИ.



ТЕХНОЛОГИЧНИ  
РЕШЕНИЯ



СОФТУЕР



АУТСОРСИНГ



КОНСУЛТАНТСКИ  
УСЛУГИ



СЕРВИЗ



„МиБМ Експрес“ ООД

Телефон: 0700 10 100

E-mail:

contact-express@mbm-bg.com

http://mbm-express.com/



**Кристиан Кръстев, управител на „МиБМ Експрес“ ООД:**

## „МиБМ Експрес“ ООД е уникален интегратор на куриерски, логистични и пощенски услуги в Европа и у нас

**Г-н Кръстев, как се развива куриерският сектор в България и какви са перспективите пред него?**

Куриерските услуги в България се развиват с динамиката на развитието на онлайн търговията. И тъй като страната ни се намира на стратегическо геополитическо място, се явява и като свързващ хъб между държавите на Балканите. Много от местните куриерски компании извършват и международни пратки в тяхна изградена или партньорска мрежа в съседните държави. Инвестициите в логистични центрове на територията на България са доказателство за думите ми. Например неслучайно Lufthansa Technik изгради своя ремонтна база в България, а и други компании извършват ремонт на самолети. Летище София е ключово по отношение на изпращане/получаване на пратки за тези компании и това допълнително допринася за развитието на куриерския бранш.



**Представете дейността на „МиБМ Експрес“.**

„МиБМ Експрес“ е динамична компания със стремеж за развитие както в сектора на куриерските и пощенските услуги, така и в разработване на други услуги. Днес „МиБМ Експрес“ ООД е национален пощенски оператор, който успешно развива и налага на пазара търговската си марка, добре познат на потребителите с отлично ниво на обслужване, индивидуален подход и професионализъм.

Фирмата е основана през 2005 г., а от 2012 г. е част от групата на Австрийските пощи. Ние сме водеща компания в сферата на хибридните пощенски услуги. От началото на годината предоставяме и нова услуга Евродис, която позволява изпращане на наземни куриерски пратки от и до Европа. „МиБМ Експрес“ се присъедини към Евродис - група, състояща се от 36 пощенски оператора, предлагащи доставка до краен адрес. Системата позволява бързо, ефективно, сигурно и лесно обслужване на пратки от 1 кг (пакети, колет) до 800 кг (палетна доставка).

Динамичното разрастване на „МиБМ Експрес“ е свързано с изграждане на доверие от страна на нашите клиенти, с фирмена култура и добър подбор на персонал, обучения и насърчаване на експерти с различни умения. Към момента дружеството осигурява заетост на над 2400 човека. Офисите ни са 66.

**Каква е стратегията на компанията за развитие в България?**

Целта ни е да бъдем водеща куриерска компания и да продължаваме да се развиваме в сферата на пощенските услуги. Наш основен фокус през втората половина на годината ще бъде развитие на франчайз мрежа от партньори, за да може да бъдем по-близо до клиента и до крайния получател, да предоставяме по-гъвкави услуги, всякакъв вид електронни услуги, които облекчават получаването на пратките. И не на последно място, наше основно направление ще бъде мотивацията на персонала и изграждането на „МиБМ Експрес“ като надежден и социално отговорен работодател в България.



# LE PHOTOGRAPHE

*Framed Fine Selection*

The whole point of taking pictures is so that you don't have to explain things in words.



## Непосилната лекота на Le Photographe...

Игват пролетта и лятото, а с тях и нашият порив за лекота, безтегловност, финес... Нека и вината които избираме за нашите слънчеви следобеди да бъдат такива.

Отворете свежият Le Photographe Sauvignon Blanc, когато откриете, че вишната във вашата градина отново е разцъфнала...

Изберете нежното Le Photographe Rose, когато доловите соления бриз на морския бряг...

Споделете с приятели великолепният Le Photographe Rheinriesling, задължително в компанията на екзотични морски блюда...



WINE CELLAR MINKOV BROTHERS





**MDL & Delta Handel**

ул. „Лере“ 10, ет. 2

1000 София

Е-мейл: [office@mdl.bg](mailto:office@mdl.bg)

<http://mdl.bg/>

**Илияна Алипиева,**

управляващ собственик на MDL & Delta Handel:

## Предлагаме висша мода в подреден оазис на красота и изисканост

**Г-жо Алипиева, как се развива в България пазарът на луксозни брандове? Привлекателна ли е страната ни за световните лидери в бранша?**

Модната индустрия заема много съществено място в световен мащаб. Великият Марк Твен казва: „Дрехите правят човека. Голи хора имат малка, до никаква значимост в обществото“. Независимо от това дали сме от хората, които купуват луксозни продукти или употребявани стоки, дали сме чиновници, работници или безработни, всички ние сме потребители на тази индустрия. Тя генерира около 3 трилиона приходи годишно. Тя е също и много бързо развиващ се сегмент на икономиката и прогнозите са за удвояване на приходите през следващите 10 г. Над 60 млн. човека работят в този бизнес. Модният бизнес у нас е част от световния. Глобалните тенденции са и локални. Той е един много бърз индикатор за това, което се случва в обществено-икономическия живот. Нашият пазар, макар че е малък, е интересен, защото е безрисков, поради това, че големите имена не влизат директно, а посредством франчайзингови договори или договори за дистрибуция с местни фирми, които работят изцяло на собствен финансов риск.

**модата от висок клас?**

За повече от 20 години сме развили над 40 бранда. От Бенетон до Диор, Гучи, Брунело Кучинели. При стартирането на всеки нов проект това, което установявам, е, че всички тези брандове са разпознаваеми и за тях има ценители. Клиентите са информирани и напълно адекватни на световните тенденции. Пазарът се развива с малки стъпки, което е обяснимо за среда с нисък стандарт на живот, много ограничен горен социален слой, и в която липсва туристически поток, свързан с ротация на клиенти, от което този бизнес съществено се захранва.

**Какви са актуалните тенденции в бизнес облеклото и как трябва да изглеждат съвременният мъж и жена в бизнеса?**

Дрехите са най-първото впечатление, което правим на околния свят, нашата визуална визитна картичка. Те са незабавна, невербалната комуникация. Както във всяко общуване, има правила, които трябва да се съблюдават. Някои от нормите са устойчиви, други се променят съответно на промяната в околната среда. В последните години динамиката на живот се ускори многократно. Това доведе до бързи промени в изгражданите дълги години стандарти в облеклото. Въведеният през 90-те години „кежуъл фрайдей“ ден се е превърнал в норма за облекло през цялата седмица. Задължителният костюм остава атрибут само



За повече от 20 години сме развили над 40 бранда



**Вече дълги години се занимавате с моден бизнес. Как се разви през годините отношението на българката към**



---

## **Илияна Алипиева е основател и управляващ собственик на MDL & Delta Handel.**

Юрист по образование, тя има повече от 21 години богат опит в областта на ритейл търговията със световноизвестни модни марки на облекла, чанти, обувки и аксесоари. Стартира бизнеса си през 1994 г. Партнира със световноизвестни компании като MaxMara Fashion Group S.r.l., Ermenegildo Zegna Holditalia S.p.a., Benetton Group S.p.a. и става техен франчайз партньор за българския пазар. Към днешна дата тя е официален представител на над 40 топ модни бранда, сред които Dior, Gucci, Brunello Cucinelli, Dolce&Gabbana, Lanvin, Balenciaga, Givenchy, Moschino, Ermenegildo Zegna, MaxMara, Paul Smith, Giorgio Armani, Valentino, Alexander McQueen, Vivienne Westwood, MAX&Co, Marella, Marina Rinaldi, Marc Cain, Furla, Palmers, United Colors of Benetton, Sisley, Motivi и др. За работата си през годините Илияна Алипиева е отличавана с многобройни призове и отличия за най-добър ритейлър, най-добре представени и развиващи се чуждестранни марки на българския пазар, международна европейска първа награда за фирма в луксозния сегмент, както и със специалната награда на ООН за мащабната ѝ, дългогодишна благотворителна и корпоративно отговорна дейност.

---

за най-високопоставените управленски нива на бизнеса. За либерализирането на мъжкия гардероб голяма заслуга имат Долче&Габана, които направиха комбинацията блейзер, бяла риза и джинси приемлива и съумяха да я наложат с времето като стандарт за бизнес аутфит.

### **Какви са плюсовете и минусите на това да си дама със собствен бизнес в България?**

Жените, които заемат управленчески длъжности в модния бизнес, са рядкост. Като се обърна във времето назад, установявам, че в моята над 20-годишна практика не съм работила с жена на ръководен пост. Висшият мениджмънт се състои само и единствено от мъже. В световен мащаб само около 25% от управленските кадри са жени. Каквото и да се прокламира, дискриминация има. Плюс за мен е това, че всички подценяват визионерските качества на жените. Това е запазена категория за мъжката половина. Това недооценяване действа мотивиращо.

### **Каква е вашата дефиниция за успеха и как оценявате постигнатото досега?**

Не правя оценки, не се обръщам назад нито в личен, нито в професионален план. Направила съм каквото мога, минала съм през трудности и щастливи моменти. Имам следващи проекти в плановете си. Вървя напред. Онова, което е минало, е останало там. Важното е какво предстои. Успял си, ако си удовлетворен от това, което правяш, ако с работата си, живота си, отношенията си, си направил нещо, което е помогнало на другите да живеят по-добре.

### **Какви са предизвикателствата пред вас занаяпред?**

Животът е това, което се случва, докато си правим други планове. Хубавото е, че не знаем какво предстои. За момента много искам да направя красив и подреден оазис на красота и изисканост в района на централна София, където се намират бутиците ни от висок клас, за да има хармония на екстериора с изисканата среда, в която се предлага висша мода.



**Mellini**  
F A S H I O N

**MELLINI**

ул. „Велико Търново“ 1

1504 София

Тел. +359 2 846 74 81

Тел. +359 886 299 460

<https://mellinifashion.com/>



## MELLINI: Елегантност без компромис с качеството

Създадена преди повече от 15 години, българската марка MELLINI се отличава с утвърдено място във високия клас на модния пазар у нас, лоялни клиенти и философия, отговаряща на търсенията на бизнес дамите (и не само) за безупречно елегантен, комфортен и дискретно отразяващ сезонните тенденции стил.

Характерни черти за бранда са перфекционизмът в детайлите, прецизният подбор на висококачествени италиански платове, професионалният дизайн, ръчната изработка и личното

отношение към всеки модел. Принципи, наложени още със създаването на марката от нейния основател Мариана Гаджева.

Главен дизайнер на MELLINI е Веселин Йорданов - един от най-успешните и доказали се в световен мащаб български дизайнери. С привичната и без да пропуска най-желаните тенденции за съответния сезон, той надгражда разпознаваемия стил на марката чрез изкусна игра с детайлите, фин нюанс на парижки шик и семпъл силует, разкриващ уверена женственост на дамите, за които е създаден.

Съобразявайки се с динамичния ритъм на своите клиентки, екипът на MELLINI фокусира вниманието си върху елегантните силуети и многообразието от материи и десени, позволяващи двете основни сезонни колекции да бъдат непрестанно обогатявани с нови модели. Естествено допълващи се помежду си, те създават напълно оформен и комфортен гардероб - подходящ както за бизнес ежедневието, така и за неформална обстановка или специални вечери и поводи.

Моделите на бранда се зареждат ежедневно в бутика на MELLINI, разположен в най-аристократичната част на София, непосредствено до Докторската градина. Атмосферата му напълно съответства на изискванията на марката за ненатрапчив лукс, дискретност и поставяне на клиентите в центъра на събитията. Те са обслужвани любезно и компетентно и могат да разчитат на моментални корекции на закупените облекла в ателието на бранда.



Характерни черти за бранда са **перфекционизмът в детайлите, професионалният дизайн, ръчната изработка и личното отношение към всеки модел**







MINUTY



Château Minuty  
281

Вносител: Уайнбокс ООД



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

**„Метрореклама“**  
бул. „Околовръстен път“ 27  
София  
Тел: 02 962 50 71  
[www.metroreklama.com](http://www.metroreklama.com)  
Сфери на дейност:  
Външна и транспортна  
реклама



## Велосипедите ни под наем ще осигурят удобно и евтино придвижване в София

„Метрореклама“ предлага най-голямото разнообразие от възможности за външна реклама с покритие в цялата страна. От 2001 г. компанията управлява площите за печатна реклама в софийското метро. Месечно то обслужва над 11 000 000 пътници и броят им непрекъснато расте - с разрастването на периметъра му то е все по-предпочитан начин за бързо и комфортно придвижване извън натоварения градски трафик. Разполагането на реклама в метрото дава възможност до многобройната му аудитория да достигат послания на всеки етап от пътуването - чрез съоръжения, разположени на входовете му, на пероните зад релсовия път и във вътрешността на вагоните.



„Метрореклама“ е и национален рекламен оператор на „Била“ и „Кауфланд“. В портфолиото ѝ влиза и реклама чрез градския транспорт в големите градове като най-търсено от клиентите ѝ е брандиране на автобуси. Компанията разполага и с 235 съоръжения по републиканската пътна мрежа в цялата страна (мега- и

билборди).

Един от най-новите канали за комуникация е киното. Компанията предлага на клиентите си позициониране в два от най-модерните киноцентрове в столицата - „Сине Гранд Park Center“ и „Сине Гранд София Ринг Мол“.

Тясното взаимодействие със стратегическите партньори от дигиталната печатница „Билборд“ и от офсетовата печатница „Дедраск“ дава възможност за производство на рекламни визии и комплексно обслужване при най-изгодни условия за клиентите. „Метрореклама“ се гордее и с най-големия технически отдел в бранша - монтажните екипи са разпределени в цялата страна и осигуряват логистично рекламните кампании на клиентите.

„Метрореклама“ е част от Гражданско дружество „СОФИЯ БАЙКС“, което получи доверието на Столична община и с успешния си проект спечели концесията за управление и поддържане на система за отдаване на велосипеди под наем. Това е най-новият и голям проект, който компанията е амбицирана да изпълни успешно до края на 2017 г. Близо 400 велосипеда ще са достъпни денонощно за жителите и гостите на столицата и ще им осигурят удобно, лесно и евтино придвижване в най-големия град в България.



Убедени сме,  
че системата от  
велосипеди под наем  
ще бъде посрещната  
изключително  
ПОЗИТИВНО от младите  
и динамични хора,  
КОИТО **обичат спорта и  
отдавна очакват тази  
ВЪЗМОЖНОСТ**







---

Карта на съоръженията ще  
намерите на адрес:  
[www.metroreklama.com/bg/map](http://www.metroreklama.com/bg/map)

---

---

Схеми на разположение и планиране  
на рекламните площи можете да  
получите от Търговския отдел на  
„Метрореклама“  
и на **телефон 02 962 50 71**

---



**Зарина Генчева, изпълнителен  
директор на „Метрореклама“:**

## **Нашата най-добра реклама са ДОВОЛНИТЕ НИ КЛИЕНТИ**

Проектът за управление и поддържане на система за отдаване на велосипеди под наем в София ще предостави на жителите и гостите на столицата модерна, удобна и екологосъобразна алтернатива за придвижване. Амбицията ни е да направим тази услуга не просто качествена и евтина, но и чрез добрата комбинация с градския транспорт и изградените велоалеи да се редуцира употребата на моторни превозни средства, особено в най-натоварената централна градска част. Да не забравяме още един много важен ефект, който ще постигнем - всички заедно ще допринесем за подобряване на качеството на въздуха в София. Убедени сме, че системата от велосипеди под наем ще бъде посрещната изключително позитивно от младите и динамични хора, които обичат спорта и отдавна очакват тази възможност. Услугата ще отговаря на високите изисквания на столичани и ще им предостави възможност да избегнат автомобилния трафик.

През годините „Метрореклама“ се утвърди като надежден и желан партньор, който предлага висококачествена услуга в областта на аутдор рекламата не само в метрото, но и в цялата страна. Предоставяме на клиентите си широка гама от възможности, така че тяхната реклама да е позиционирана максимално ефективно. Зад успеха на „Метрореклама“ стои млад и креативен екип, който непрекъснато разширява палитрата ни от дейности. Работим така, че нашата най-добра реклама да са доволените ни клиенти.





Miele  
България ЕООД

ул. „Бяла черква“ 24  
(сграда Red apple)

София

Телефон централен  
офис: 02/4260089

Национален номер:  
0700 20 602

E-mail: [Info@miele.bg](mailto:Info@miele.bg)

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

## Immer besser Винаги по-добри!

От създаването си през 1899 г., Miele е независима семейна компания, еднакво отговорна към своите собственици, служители, клиенти, доставчици, околната среда и обществото. Тя е фокусирана в производство на премиум уреди за дома и професионална техника.

Miele предлага продукти, които са еталон за надеждност, ефективност, лесна експлоатация, енергийна ефективност, дизайн и сервизно обслужване. Това отговаря на мотото на компанията „Immer besser“ - Винаги по-добри!, което основателите Карл Миле и Райнхард Цинкан са отпечатвали на техните първи уреди, и което е мотото на Miele и до днес.

Компанията се концентрира върху налагането на марката в премиум сегмента. Miele означава дългосрочно мислене и дейност, приемственост в ценностите и целите, добри взаимоотношения с клиенти и доставчици, както и корпоративна и управленска култура, насочена към служителите.

През октомври 2016 г. Miele отпразнува своята първа годишнина на единствения по рода си Център за практически умения в България - Miele Experience Center. Разположен в емблематичната

сграда „RedApple“ в София, тук клиентите могат да открият света на Miele.

Центърът е първият по рода си в България - всички изложени уреди са в работен режим и могат да бъдат изпробвани в реална среда. Предлагат се и всички необходими препарати и консумативи за работа и поддръжка на уредите. За още по-голямо удобство на потребителите е създаден и електронен магазин на сайта [www.miele.bg](http://www.miele.bg).



Водещият в света производител на премиум електроуреди постигна оборот от 3.71 млрд. през финансовата година 2015/2016. Това е ръст от 6,4% спрямо предходната година. За първи път броят на работниците и служителите в компанията Miele надхвърли 18 000 души.

В България компанията Miele е увеличила оборота си повече от три и половина пъти за последните пет години.

За повече от десетилетие, резултатите от проучванията за „най-добрите марки“, направени на пазара от GfK сред хиляди потребители, потвърждават специалната репутация на марката Miele. Във всички категории на конкурса Miele остава световна марка номер 1, като изпреварва конкурентите си с голяма преднина.







**ЗА ВСИЧКО  
КОЕТО НАИСТИНА  
ОБИЧАТЕ**

## **Ние от Miele ви обещаваме:**

Да бъдем най-добрите за всичко, което наистина обичате !

Ценните за вас неща да са добре защитени и за добрите ви приятели да се полагат най-големи грижи.

Кухнята ви да бъде изпълнена с прекрасни аромати,  
а храната, която приготвяте, да е съвършена и винаги прясна.

Искаме да споделим с вас тези безценни моменти, за да бъдат нещата,  
които обичате, във възможно най-добрите ръце.

**За всичко, което наистина обичате**

**Miele**

**IMMER BESSER**

**[www.miele.bg](http://www.miele.bg)**

**Минстрой  
Холдинг АД**

бул. „Г.М. Димитров“ 57

1172 София

Тел.: + 359 2 963 5555

Факс: + 359 2 962 4250

<http://www.minstroy.com/>

## Гигант в минната индустрия

Свикнали сме да виждаме България в края на европейските класации. Но числата в някои сектори показват друго и успяват да подредят страната ни сред най-добрите в Европейския съюз. Един от тези браншове е минната индустрия - тя дава 3% от добавената стойност в българската икономика, което ни поставя в топ 5 сред държавите от ЕС. По отношение на заетостта - с дял от 1.3% от общо заетите, България е в топ 3.

### ПРАВИЛНИЯТ ИНВЕСТИТОР

Въпреки чувствителността на сектора в България, той успява да намери правилните инвеститори и започва да се развива успешно. Пример за това е компанията „Минстрой Холдинг“ АД. Зад нея стоят 7 концесии на находища за добив на метални минерални суровини в България, други 2 в Македония, 4 обогатителни фабрики, 4 хвостохранилища и 3500 души екип. Само в последните няколко години дружеството инвестира 500 млн. лева в българските минни находища. „През 2016 г. „Минстрой“ отново отчете успешна година, защото продължихме традицията да

увеличаваме производството с 30% и да инвестираме в нови технологии“, казва проф. д-н Николай Вълканов, председател на Съвета на директорите.

### РАЗВИТИЕ

„Общо към седемте рудника, които дружеството обработва, се добавиха два нови в Македония“, коментира още Вълканов. Двете находища са пуснати в експлоатация за по-малко от година и вече работят успешно. В тях са заети 600 души и поетапно ще станат 1000. Само за 1 г. компанията инвестира над 20 млн. евро в Македония и находищата стигат капацитет 1500 т концентрат на месец. „За успешна година броя тази, в която имаме ръст на производството, по-голям от общоевропейския, който е 3.5%, а на „Минстрой“ е 30.5%, което е с 10 пъти повече. Купихме и фалиралото предприятие „Ремотекс“ и успяхме да го направим работещо.“

### СТЪПКИ КЪМ УСПЕХА

Според Николай Вълканов стъпките към големия бизнес са няколко - да се усъвършенстваш непрекъснато, да излизаш на световната сцена, да инвестираш, да имаш честно отношение към своя екип.

„Минстрой“ работи под девиза „В хармония с природата“. Компанията строго защитава политиките си да не замърсява околната среда в районите, в които работи. Правят се ежедневни замервания на отпадните води, които излизат от фабриките, и те винаги са под нормите.

Компанията ще продължи да гледа към нови пазари и да развива добивния потенциал на страната ни. Амбициите за разрастване са насочени към Косово, където „Минстрой“ също планира да разработва минни находища.



**Проф. д-н Николай Вълканов,**  
председател на Съвета на директорите:

**През 2017 г. „Минстрой“ си поставя амбициозни цели за развитие и растеж. Ние ще продължим да увеличаваме производството в мините, влагаме 5 млн. лева в реконструкцията на всички обогатителни фабрики и в ново поколение машини.**







MINSTROY HOLDING JSC

## A leading lead-zinc ore extraction company

In harmony with Nature



hotels



engineering infrastructure

hydroelectric plants



mines, industrial and civil construction  
photovoltaic plants



**Minstroy Holding JSC**  
**1 700 Sofia, Bulgaria**  
**57 D-r G. M. Dimitrov Blvd.**  
**tel.: +359 2 963 55 55,**  
**fax: +359 2 962 50 85**  
**[www.minstroy.com](http://www.minstroy.com)**



**МИХАЛКОВО АД**

4820 с. Михалково

Област Смолян

Община Девин

Тел.: +359 885 829 079

Факс: +359 889 393 073

[www.mihalkovo.com](http://www.mihalkovo.com)



## Компанията за бутилиране на единствената естествено газирана вода в България



Дългосрочен приоритет в управлението на компанията е постигането на икономически растеж чрез разумно използване на природните ресурси

„Михалково“ АД е един от най-старите производители на бутилирана минерална вода в България - вече 61 години добива и бутилира любимата на поколения българи естествено газирана вода „Михалково“. Само три са минералните извора в света, чиято вода се доближава по състав, вкус и качества до тази в Михалково: Виши във Франция, Боржом в Грузия и Фахинген в Германия.

Следвайки световните тенденции в потребителското търсене, компанията разширява непрекъснато своето портфолио и допълва продуктовата си гама. Освен естествено газираната вода, компанията бутилира изворна вода „Михалково“ в различни PET разфасовки, стъкло и в екологична картонена опаковка Vag-in-box от 10, 14 и 15 литра, ароматизирана естествено газирана вода и нискокалорични безалкохолни напитки „ВИТУ“.

Марката МИХАЛКОВО се затвърждава с постоянство и доказано качество на продуктите, които са сертифицирани по ISO 9001:2008 и International Food Standards (IFS).

Дългосрочен приоритет в управлението на компанията е постигането на икономически растеж чрез разумно използване на природните ресурси по начин, който позволява те да се възпроизведат и запазят за идните поколения.

В началото на 2017 г. със средствата от спечелен проект по ОП „Иновации и конкурентоспособност 2014-2020“ компанията закупи и въведе в експлоатация нова бутилираща линия за тиха и газирана вода в PET бутилки. С нейното внедряване се намали количеството влагани суровини с 25%, както количеството отпадъци от производствения процес и крайния потребител. При нормални работни условия средната консумация на електроенергия спадна с до 40 %.



Положителният ефект върху околната среда се изразява и в по-малко отделени емисии въглероден двуокис.

Тези подобрения улесняват рационалното добиване и използване на минералната и изворна вода „Михалково“ с доказано положително лечебно и профилактично въздействие при лечение на хронични проблеми. Защото бъдещето зависи от настоящото поведение и съзнание на бизнеса.







# НОВО МЕНЮ *За ценители*



+359 886 700 269 | [restaurant@este.bg](mailto:restaurant@este.bg)  
[este-restaurant.com](http://este-restaurant.com)





Монбат

бул. „Черни връх“  
32 А, ет. 4

1407 София

Телефон: 02 962 11 50

Факс: 02 962 11 46

Email:

monbat.trading@monbat.com

<http://www.monbat.com/>



## Бизнес без граници

„Монбат“ АД е един от най-успешните примери за развитието и растежа на българската индустрия от годините на прехода. Просперитетът на компанията опровергава виждането, че цялата ни икономика се крепи на евтини услуги и износ на суровини. Българската индустрия расте през последното десетилетие, а делът ѝ в общия брутен вътрешен продукт (БВП) на страната се увеличава с всяка изминала година. Това положително развитие обаче не се случва от само себе си. То изисква постоянство, инвестиции, иновации и намиране на нови пазари. Именно на тези няколко стълба вече 17 години управляваната от Атанас Бобоков борсово представена компания „Монбат“ АД изгражда успешното си развитие.

### 5-ГОДИШЕН ХОРИЗОНТ

Фокусирана върху производството и търговията на акумулатори в цял свят, „Монбат“ АД е сред най-големите и най-ликвидни компании, търгуващи се на Българска фондова борса-София АД. Към края на март 2017 г. пазарната капитализация на дружеството е близо 406 млн. лв., което е около 5% от общата капитализация на цялата борса. За последните пет години пазарната оценка на компанията се е удвоила, водена от постигнатите финансови показатели и доброто корпоративно управление през този период.

Нетната печалба на „Монбат“ АД на индивидуална база към 31.12.2016 г. е в размер на 18 103 хил.лв. и отчита понижение от 1,90% в сравнение с нетната печалба на дружеството на индивидуална база за 2015 г., която е на стой-

ност 18 454 хил.лв. Въпреки понижението на нетната печалба, дружеството следва стриктна дивидентна политика. Индивидуалните нетни приходи от продажби на компанията за 2016 г. са нараснали с 16,78%, достигайки до 342,8 млн.лв. Според Атанас Бобоков формулата за успех е „да си винаги една крачка пред конкуренцията - тогава си печеливш и конкурентен“.

В края на месец февруари 2017 г. дружеството оповести своята 5-годишна прогноза за развитие на консолидирана база в подкрепа на утвърдената вече практика за прозрачност и предвидимост на представяната информация към инвеститорите. В прогнозата се акцентира на динамичното развитие на групата. Очаква се нетните приходи от продажби към края на прогнозирания период - 2021 г., да достигнат 216.4 млн. евро, а нетната печалба да достигне съответно 37.7 млн. евро. Планираният ръст ще се дължи на увеличение на инвестициите, предвиденото разширение на бизнеса и продуктово разнообразие. Прогнозата е базирана на средна цена на оловото 2000 евро на тон.

В следващите пет години развитието на икономическата група на „Монбат“ АД ще се фокусира в три основни направления: производни продукти от рециклираща дейност, усвояване на нови технологии за производство на батерии и повишаване броя на продуктите и технологични решения в областта на енергийно управление. Компанията очаква до края на 2021 г. капацитетът на рециклиращите мощности на групата да достигне заетост от 100%. Групата на „Монбат“ ще използва своята



Всяка  
ИНВЕСТИЦИЯ  
в бизнеса  
трябва да носи  
предимства







**Най-важното  
е да си най-  
печелившият,  
а не най-  
големият**



финансова сила и отлични връзки с клиенти в 64 държави, за да обогати портфолиото си от продукти и услуги и да отговори на новопоявяващите се тенденции в батерийната индустрия. Това ще подкрепи дългосрочната устойчивост на групата, което е от полза за акционерите ѝ.

### **ТЕХНОЛОГИЧНИ ИНОВАЦИИ**

Ключът към успешното развитие на компанията са инвестираните през последните години значителни средства за модернизация, внедряване на нови технологии в производството на акумулатори и изграждане на рециклиращи мощности. Предстои редица процеси в производството да бъдат роботизирани като иновациите ще доведат до заместване на човешката намеса при окомплектоване на акумулаторите. „Всяка инвестиция в бизнеса трябва да носи предимства“, коментира Бобоков. И затова компанията оптимизира предприятията си.

### **ИЗНОС В 64 РАЗЛИЧНИ ПОСОКИ**

Продукцията на „Монбат“ АД се продава в 64 държави по цял свят. Компанията произвежда широка гама продукти и има силни международни позиции на пазарите в балканските страни и разширено присъствие на пазарите в Западна Европа, като по-значими пазари за компанията през 2016 г. са Франция, Испания, Германия, Румъния, Италия. Продукцията се релативизира и в Швейцария, Норвегия, Великобритания, Швеция, Полша, ЮАР и др. Дружеството следва принципа за диверсификация на пазарите, избягвайки локални икономически сътресения и рискове от концентрация на отделни пазари. За мащабите на производство на компанията България е малък пазар, но тук тя е лидер с 40-50% дял от акумулаторния бизнес.

„Потенциални нови локации за експорт са всички държави, на които компанията все още не присъства“, споделя изпълнителният директор на „Монбат“ АД Атанас Бобоков. „Можем да гледаме навсякъде. Предвид ефективността ни, можем да достигнем до цяла Африка, цяла



*Атанас Бобоков, председател на Съвета на директорите и изпълнителен директор на „Монбат“ АД*





Европа, Близкия изток, а и Далечния изток." По думите му групата има интерес навсякъде, където има възможност да се прави успешен бизнес и няма географски ограничения.

### **ПРОДУКТИ В РЕЦЕПТАТА ЗА УСПЕХ**

Разнообразното продуктово портфолио на „Монбат“ АД включва стартерни батерии и батерии с циклично приложение, предназначени за леки и товарни автомобили, автобуси, пътностроителна и селскостопанска техника. Компанията предлага също така стационарни батерии за телекомуникационна индустрия, батерии за фотоволтаични системи, специални батерии с военно приложение, батерии за локомотиви и батерии за свободното време.

Последните иновации на групата - чрез дъщерното дружество „Монбат Ню Пауър“ АД, са насочени към отговор на нарастващата тенденция за използване на алтернативни източници на енергия и променящите се модели за съхранение и търговия на енергия.

### **НАЧАЛОТО**

През 1999 г. акумулаторният завод „Акумикар“ в Монтана е приватизиран от „Приста Ойл“, и дружеството започва мащабна реорганизация в производството и дистрибуцията

на стационарни и стартерни батерии. Седем години по-късно компанията прави успешно публично предлагане на Българска фондова борса - София АД.

„Монбат“ АД инвестира през 2007 г. в третия по големина производител на акумулаторни батерии „Старт“ АД в Добрич, като го присъединява към икономическата си група. През 2010 г. и 2011 г. „Монбат“ АД прави значителни инвестиционни разходи за гарантиране на ресурсната обезпеченост от олово и пропилен чрез изграждане на собствени рециклиращи мощности като открива два нови завода за рециклиране на олово в Румъния и Сърбия. През годините проектите на дружеството следват модела ѝ за развитие, който включва интеграция на производството на акумулатори с изграждане на рециклиращи мощности. Така дружеството намалява значително разходите и себестойността на продукцията си и редуцира риска от движението на цената на основните суровини и материали, осигурявайки по-голяма стабилност на представянето на компанията.

„Монбат“ АД е поредният вдъхновяващ български пример, покорил света. Правилният модел на управление и добрият екип успяват да наредят компанията сред най-добрите в Европа - тя е четвъртата по големина на континента в своя сегмент и първа по финансови резултати за 2016 г. Според Атанас Бобоков „най-важното е да си най-печелившият, а не най-големият“. Плановите за бъдещето на „Монбат“ АД вече са начертани, а акумулатор за успехите ѝ ще продължават да бъдат доброто управление, новите технологии, инвестициите и експанзията на нови пазари.





**Factor**<sup>®</sup>  
The Art of Sound

НАВСЯКЪДЕ, КЪДЕТО  
ЗВУКЪТ Е ОТ ЗНАЧЕНИЕ

[www.audio-factor.eu](http://www.audio-factor.eu)  
[hifi@audio-factor.eu](mailto:hifi@audio-factor.eu)  
02/988 54 28



**harman / kardon**  
by HARMAN



**МУЛТИВАК  
България ЕООД**

ул. „Околовръстен път“ 251

кв. Младост 4

1715 София

<https://bg.multivac.com/bg/>

**МУЛТИВАК България  
Продакшън ЕООД**

ул. „12-та“, Индустриална  
зона - Божурище

2227 Божурище



**Ивайло Димитров, управител на МУЛТИВАК България:**

## Инвестираме в кадри и разширяване на производството

- Г-н Димитров, какви са основните предизвикателства, пред които се изправяте в България?

- Предизвикателствата в България са свързани преди всичко с трудовия пазар. Трудно се намират квалифицирани кадри в страната. Смятам, че трябва да се промени образователната система, базирана на делегирани бюджети, които доведоха до борба за „бройка“ ученици или студенти, а не до качество на образованието.

Отделно трябва да се въведе дуално образование, по подобие на немското, австрийското или швейцарското.

- Колко човека работят в компанията?

- Към настоящия момент екипът ни се състои от 54-ма специалисти, като до края на годината ще бъдем 113. Всички работни места обявяваме в медиите - собствени и партньорски, а стажантските ни програми са целогодишни и платени.

- Докъде стигна изграждането на завода за машини за опаковане?

- Новият завод в Божурище предстои да бъде завършен до края на септември 2017 г. В момента сме на етап получен Акт 14 със завършени покрив и фасада. В процес сме на възлагане



на част архитектурна, електро, вентилация и вертикална планировка.

- Колко нови хора ще наемете?

- Непрекъснато увеличаваме своя екип в България. От началото на 2015 г. до момента сме увеличили състава си близо 3 пъти. Инвестицията в ново предприятие ще създаде 153 нови работни места.

- МУЛТИВАК България е една от трите компании с най-голям ръст в групата на МУЛТИВАК в световен мащаб за 2016 г. На какво се дължи



Към настоящия момент екипът ни се състои от **54-ма специалисти, като до края на годината ще бъдем 113**







**MULTIVAC е един от най-големите световни доставчици на вакуумни опаковъчни решения. Компанията е световен лидер на пазара на вакуум-опаковъчни термоформовъчни машини и произвежда широка гама от трейсийлъри, камерни вакуум-машини, камерни конвейерни машини, етикетирани устройства, системи за контрол, решения за автоматизация и цялостни производствени линии.** В групата „МУЛТИВАК“ работят над 5000 служители в цял свят, а над 1900 от тях са базирани в централата в гр. Волфертшвенден, Германия. Организацията е представена на всеки континент, благодарение на мрежата от над 80 дъщерни дружества. Над 1000 консултанти и техници по света са на разположение на клиентите със своите знания и опит, за да гарантират, че всички инсталирани машини MULTIVAC функционират пълноценно и безотказно.

**Марката MULTIVAC е позната на българския пазар**

**още отпреди 1989 г.**

МУЛТИВАК България ЕООД е създадена през 2008 г. като дружество, занимаващо се с търговска, консултантска и сервизна дейност. Предлага пълната гама продукти на MULTIVAC на българския пазар. Работи глобално с одобрени доставчици на допълнително оборудване под името MULTIVAC Technology Network, като доставчици на машини за нарязване, порциониране, замразяване, дозираци системи, флоупак машини, консумативи за опаковане и др.

**През 2015 г. е създадено МУЛТИВАК България Продакшън ЕООД, когато стартира и локалното производство на детайли и части за машини MULTIVAC.** Сега то се разширява и ще прерасне в завод МУЛТИВАК в Индустриална зона Божурище. Инвестицията е в размер на 37 млн. лева и се осъществява на три етапа, като последният ще завърши през 2019 г.

#### този успех?

- Да, наистина ръстът на приходите за 2016 г. е в размер на 58,4% спрямо 2015 г. и е плод на устойчивото ни развитие от началото на дейността ни в България през 2008 г. Постоянните инвестиции в разширяване и обучение на екипа на МУЛТИВАК България ни превърнаха в лидер на пазара, позволяват ни да разширяваме обхвата на дейността си и да увеличаваме пазарния си дял.

#### - Какви са бъдещите ви планове за развитие в краткосрочен и дългосрочен план?

- Ще продължим да инвестираме в интелигентни и амбициозни хора, способни да се учат бързо и да прилагат върховите технологии на МУЛТИВАК.

До края на 2019 г. ще завършим третия етап на инвестицията ни в Индустриална зона Божурище и, ако всичко върви според плановете ни, ще продължим да инвестираме в разширяване на производството ни в България.

През цялото време ще следваме мисията си да предоставяме на нашите клиенти в България достъп до технологичното ноу-хау на МУЛТИВАК в областта на опаковъчните решения, което ще им позволи да бъдат конкурентни на световните пазари в съвременния глобален свят.





# Неделя

Кафе-сладкарници  
„Неделя“

<http://nedelya.com/>



## Над 24 години „Неделя“ доставя наслада на почитателите си



В следващите 12  
месеца семейната  
фирма си поставя  
за цел да открие  
16 нови обекта в  
Румъния

Историята на кафе-сладкарници „Неделя“ започва през 1993 г., когато Радослава и Георги Минчеви отворят малка сладкарничка на пл. „Баба Неделя“ в София. 24 години по-късно „Неделя“ е водещ бранд с над 30 обекта и уникален франчайз модел в София и страната. За компанията работят над 300 души, които се грижат за безупречното качество и неустойчив вкус на ръчно приготвените торти. От съвсем скоро клиентите на сладкарници „Неделя“ могат да се наслаждат и на здравословни торти от серията „Natural“. Те се приготвят

по уникални рецепти от естествени съставки за богат натурален вкус.

През годините семейният бизнес расте не само с нови обекти и асортимент, но и с поемане на щафетата от сина на семейството, Здравко Минчев. Младият мениджър споделя:

**„Изключителна възможност е да наградя семейните постижения. Ще опитам да покажа на цяла Европа колко вкусни торти правим.“**

2017 година е повратна за развитието на кафе-сладкарници „Неделя“. Веригата навлиза в Румъния през ноември 2015 г. с обект в един от топ моловете на Букурещ: Vaneasa Shopping City. Оттогава досега са отворени още 4 обекта в румънската столица. В следващите 12 месеца семейната фирма си поставя за цел да

открие 16 нови обекта в съседната страна. Сладкарниците „Неделя“ на север от Дунава запазват оригиналното си наименование. Те са на самообслужване, а до момента персонала им достига 40 души. От сладкарници „Неделя“ изчисляват, че вече 10 на сто от произвежданите торти се продават в Румъния. Асортиментът е същият както в България, а любимото на румънците сладко изкушение е „Шоколадов еклер“.

От „Неделя“ вече гледат към други пазари от Централна и Източна Европа. Следващата спирка най-вероятно ще е Виена. Предприемачите искат да запознаят цяла Европа с високото качество и добрия вкус на българското сладкарство.



Здравко Минчев





КРЕДИТНА КАРТА



Райфайзен  
БАНК

Твоята лична банка

# МАЛКА ЛЯТНА ЛИХВА



Промоцията е валидна за подадени искания за кредитна карта RaiCARD Fix от 15.05.2017 г. до 15.08.2017 г.

С пълните условия можете да се запознаете на:



1721 Mtel и Telenor ■ 0700 10 000 Vivacom ■ [www.rbb.bg](http://www.rbb.bg)



НИС Петрол ЕООД

Инфо център

0700 20 333

[www.gazprom-petrol.bg](http://www.gazprom-petrol.bg)

## Бензиностанции Газпром - иновативните бензиностанции

НИС Петрол вече 5 г. успешно развива и налага на българския пазар търговската си марка бензиностанции Газпром. За краткото време веригата се утвърди на българския пазар като премиум бранд, предлагащ на своите клиенти висококачествени горива, отлично обслужване, богат избор на продукти и най-важното иновативни решения в полза на потребителите.

Като част от непрекъснатия стремеж да отговори на потребителските очаквания, както и да бъде надежден партньор на пътя, който прави всяко пътуване незабравимо преживяване, са и иновативните предложения на веригата - програма за отстъпки Fuel Pass и картовата система за бизнес клиенти. За първи път потребителите имат възможността сами да регистрират своята отстъпка, посредством Fuel Pass чип карта, а бизнес клиентите на компанията - да ползват първата в бранша безконтактна корпоративна карта за гориво Gazprom - комплексно

решение, изцяло ориентирано да отговори на потребностите на компаниите в България, с възможност да се ползва както в страната, така и в региона.

През есента на 2016 г. дружеството представи на българския пазар иновативното гориво G-Drive Diesel, което е логично допълнение към серията премиум горива G-Drive. Горивата от серията G-Drive са произведени според най-високите технологични стандарти и осигуряват едновременно по-добро представяне и професионална защита на двигателя, подобряват мощността на двигателя и защитават горивната система.

В края на 2015 г. НИС Петрол иницира събития със социална насоченост в София, Пловдив и Бургас, с което даде начало на програмата си за безопасно шофиране, чиято основна задача е да създаде и формира култура на шофиране и поведение на пътя. Първата поредица събития беше насочена към жените шофьори.



**Иван Костадинов,**  
генерален директор на НИС Петрол ЕООД:

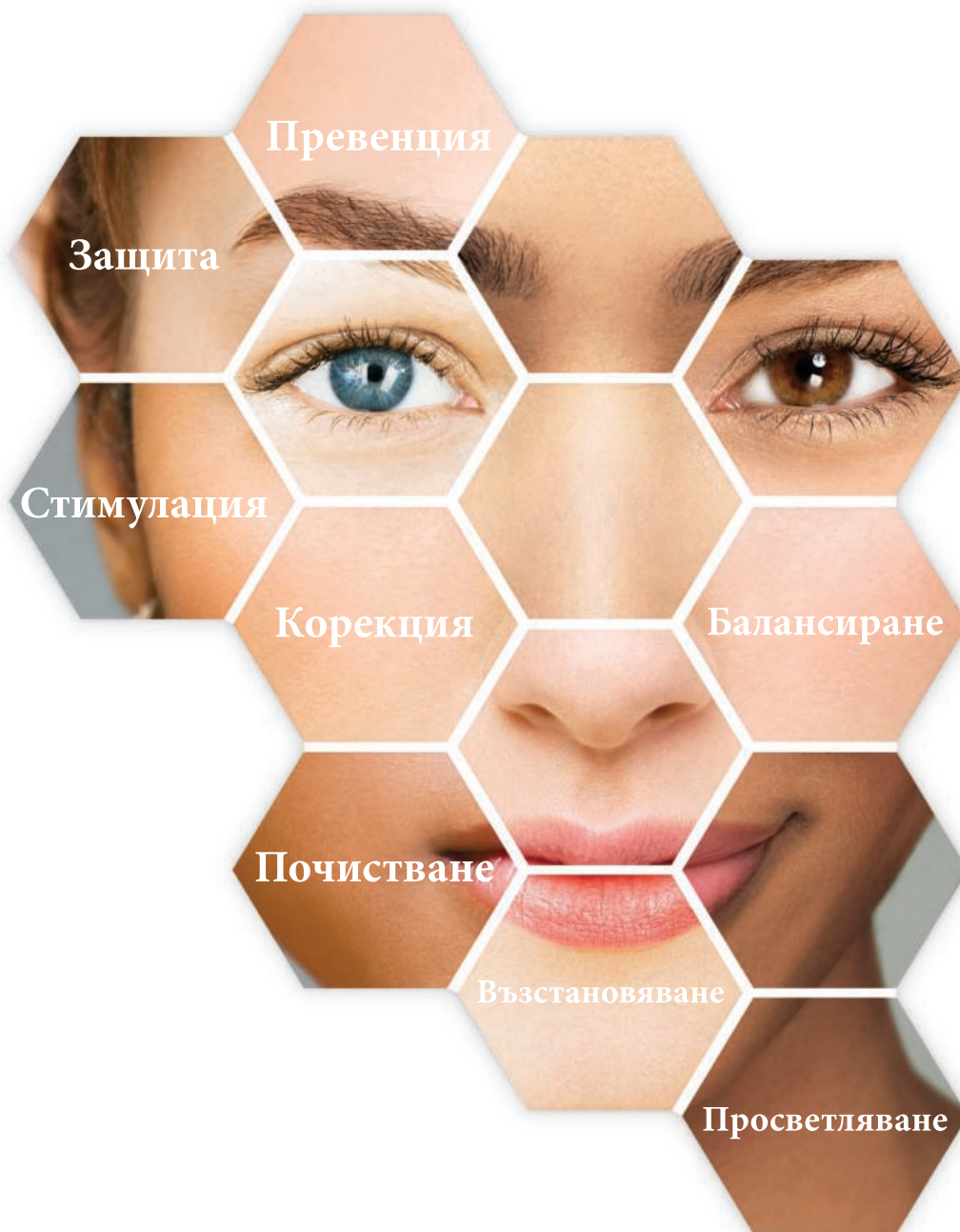
**Всички наши предложения към потребителите ни са директни решения за тях самите и в полза на тях самите, което определено ни отличава.** В момента ние сме единствената верига бензиностанции, в която потребителите лично и директно могат да оторизират отстъпката си. Така сме по-близо да нашите клиенти, но това ни прави не само предпочитани, това създава доверие в нас. Да имаш и да спечелиш доверието на клиента означава, че следваш правилните стъпки и че си успешен. **И не на последно място, важна част от това да си успешен на един пазар е да имаш добър екип както от професионалисти, така и от личности.** Смятам, че всичко останало е добавка към успешното развитие - амбиции, добри идеи, креативни решения.







Ключът към здравата и красива  
кожа е на върха на пръстите Ви



ДРУГИТЕ ОБЕЩАВАТ, ОБАГИ ГАРАНТИРА...



Мениджмънтът на компанията



**НОРД ХОЛДИНГ АД**  
Рециклиране на суровини

**„НОРД  
ХОЛДИНГ“ АД**

ул. „Елов дол“ 1,

1220 София

Тел. 02 926 59 11;

+ 359 888 390 745,

+359 887 794 148;

Факс: 02 926 59 59,

E-mail:

[nord@nordholding.bg](mailto:nord@nordholding.bg),

[www.nordmetals.com](http://www.nordmetals.com)



## Лидер в рециклирането

„НОРД ХОЛДИНГ“ АД е утвърдено име в сектора за рециклиране на суровини и лидер в търговията с метален скрап. Компанията е основана през 1995 г. с фокус върху събирането, обработката и търговията с метални отпадъци. Дейността е ориентирана към прякото приемане на отпадъци от населението и предприятията с цел последваща преработка или пряка продажба както на български преработватели, така и на чуждестранни клиенти.

„НОРД ХОЛДИНГ“ има широка мрежа от площадки със стратегическо местоположение в София и в страната. Изградени са мощности за рециклиране на излязло от употреба електрическо и електронно оборудване, стари автомобили, батерии и акумулатори, отработени масла и автомобилни гуми и други видове отпадъци.

Търгуваме с желязо, чугун, неръждаема стомана, мед и медни сплави, алуминий, месинг, никел, цинк, калай, магнезий и олово. Цветният скрап се предлага в съответствие с изискванията на клиентите и спецификациите на ISRI.

Имаме дългогодишни търговски взаимоотношения с водещи български фирми и организации за добив на едро на черен и цветен скрап. Продаваме на всички големи производители на вътрешния пазар, както и на много предприятия и заводи в чужбина. Стремим се към утвърждаване на по-

зициите ни на вътрешния пазар и разширяване на външните пазари.

„НОРД ХОЛДИНГ“ АД е с капитал 61,742 млн. лева. Дружеството е в класацията на 50-те най-големи компании в страната за 2010 г. „Норд Фероиндъстри“ ЕООД е номинирана за най-бързо развиващата се компания за 2011 г. като увеличението на приходите от дейността в сравнение с 2010 г. е 115.75%, а финансовите резултати след данъчно облагане са 640.15% спрямо предходната година.

„НОРД ХОЛДИНГ“ е златен член на Българската асоциация по рециклиране (БАР) и член на КРИБ от 2009 г.

Г-н Борислав Малинов е един от основателите на Българската асоциация по рециклиране (БАР), член на Управителния съвет и четири мандата председател на асоциацията. Дългогодишната работа за БАР му дава ценен поглед отвътре за цялостното състояние на индустрията, силните перспективи в бранша, регионалните и международни пазари. Така той успя да създаде една просперираща компания с утвърдени позиции на пазара, отличен ръководен екип от професионалисти с богат опит в бранша и ясна визия за бъдещото развитие.

Ние вярваме, че добрите практики са основно, устойчиво конкурентно предимство и с удоволствие споделяме опита си:

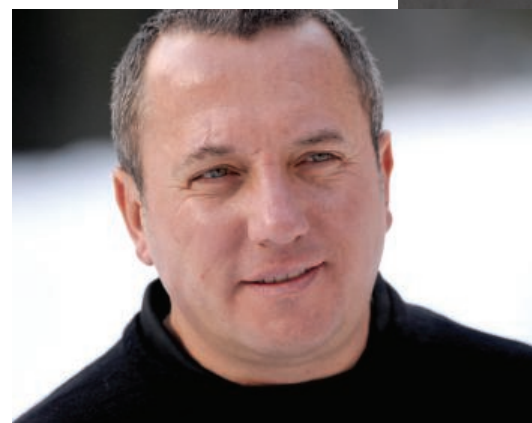
- Най-голямата мрежа от площадки за събиране с директен железопътен



“

**„Коректност, устойчивост, адаптация и нюх - всичко това, в съчетание с професионализма на служителите, е ключът към успеха на нашата компания и традициите в бизнеса, които налагаме“**, казва Борислав Малинов - учредител, мажоритарен акционер и председател на Надзорния съвет на „НОРД ХОЛДИНГ“ АД.

”



достъп и директни контакти с отделни доставчици.

- Непрекъснато увеличаване на пазарния дял с внедряване на нови технологии, коректно изпълнение на ангажиментите, безупречна финансова и професионална репутация.

- Усъвършенстване на способността за търговия при по-ниски нива на рентабилност.

- Ръководният ни екип е съставен от професионалисти с дългогодишен опит в бранша.

- Прилагане на цялостна, дългосрочна програма за намаляване на разходите.

В „НОРД ХОЛДИНГ“ се гордеем и с разработените и внедрени краткосрочни и дългосрочни програми за управление на отпадъците; собствения контрол върху екологосъобразното третиране на отпадъците; кампаниите, които провеждаме за обучение на деца с Екомен - новият супер герой, който по достъпен и атрактивен начин учи децата

как и къде да изхвърлят опасните отпадъци. Ние активно и ефективно сътрудничим с общините, държавните органи и неправителствения сектор, като споделяме добрите практики и иновациите и си сътрудничим за опазване на околната среда.

Корпоративната социална отговорност е дългогодишна традиция за „НОРД ХОЛДИНГ“ с участието в редица благотворителни инициативи като „Българската Коледа“, социалните кампании на Столична община, дарения за Фондация „Доверие и закрила“, на Дом за сираци при манастир „Св. Троица“ на отец Иван и др.

„НОРД ХОЛДИНГ“ АД е коректен партньор, стъпил уверено на вътрешния и на международните пазари. „НОРД ХОЛДИНГ“ АД е утвърдена марка в бранша с отлична репутация и стабилни отношения с доставчиците и клиентите, финансова обещаност и доказана коректност при изпълнението на задълженията към контрагентите си.



Централен офис  
ул. „Позитано“ 7  
ет. 4, офиси 15-16  
1301 София

Телефони:  
02 989 65 78  
02 989 53 31

Факс: 02 980 20 87

E-mail:  
office@ognyanovo-k.com

www.ognyanovo-k.com



## Най-големият производител на варови продукти

„Огняново К“ АД е дъщерна фирма на „Плена България“, която е част от холдинга Plena Group.

Plena Group е основана като шведска фамилна инвеститорска компания през 1980 г. Името на фирмата произлиза от латинския израз in plenum, който означава включване на всички за постигането на обща цел. През годините Plena обединява компании както в развити, така и в развиващи се страни и инвестира в повечето сектори на индустрията и търговията. Сега Plena Group се фокусира върху развиващите се пазари - като Близкия изток, Северна Африка и Далечния изток, в индустрии като строителството, енергетиката, финансите и рисковия капитал.

### Лидерството е отговорност

„Огняново К“ АД е най-големият производител на варови продукти в България, които намират приложение не само в строителството, но и в различни области на промишлеността. Лидерските ни позиции са постигнати с 20-годишни усилия за развитие на компанията и за модернизирание на отрасъла.

„Огняново К“ АД разполага с:

- ✓ два завода
- ✓ собствени кариери в непосредствена близост до производството
- ✓ най-съвременното технологично оборудване
- ✓ висококвалифициран персонал и отличен мениджърски екип
- ✓ автоматизирани и информационно осигурени процеси и процедури
- ✓ международния опит на компанията майка в мениджмънта, производството и маркетинга

Успехът на „Огняново К“ АД е пряко свързан с идентифицирането и задоволяването на конкретните изисквания на всеки отделен потребител.

Като прибавим добрите финансови условия и сигурността на доставките, получаваме печелившата формула за доверие на клиентите. А сред тях са най-големите български фирми в областта на миннодобивната промишленост, металургията, енергетиката, опазването на околната среда.

### Печелившите решения

Ние не искаме просто да продаваме, а да доставим това решение, от което партньорите ни имат реална нужда и което би спомогнало за подобряване ефективността на тяхната дейност.



Продуктите на „Огняново К“ намират приложение не само в строителството, но и в различни области на промишлеността





## Любопитно

Според легендата древният Рим е бил построен на седем хълма, но римляните изкуствено създали още един осми хълм - Тестачио. Във времената на империята всички хранителни продукти са се превозвали в глинени делви, тежащи по 30-40 кг всяка. След изсипване на съдържанието им винаги е възниквал проблем с тяхната дезинфекция, за да се предотврати разлагането на остатъците от храната при по-нататъшното им съхранение.

Римляните започнали да оставят празните делви около пристанището на река Тибър. Те ги покривали с вар, за да се спре гниенето на остатъците от храна, които предизвиквали отровни изпарения. За няколко столетия тези делви достигнали височина от 80 метра и създали осмия хълм на Рим.

Благодарение на реакцията между ворта и глината този нов хълм придобил много твърда структура и днес той е напълно застроен с нови сгради.



### Социална отговорност

В „Огняново К“ АД споделяме разбирането, че корпоративната социална отговорност е не странична дейност, а е начин, по който правим бизнес.

Вярваме, че устойчивите и социално отговорни практики са основата за просперитета на нашата компания. Стремим се да интегрираме социалните ни ангажменти и отговорното ни отношение към опазването на околната среда в бизнес взаимодействието ни с нашите партньори.

### Служителите са най-големият актив

Независимо какви инвестиции прави една компания в технологично обновяване и оптимизиране на процесите, без добре подготвен и мотивиран екип успехът не би бил възможен. В отрасъл като нашия компетентността и мотивацията на служителите изискват системен подход за осигуряване на добра работна среда, повишаване на квалификацията, възможности за кариерно развитие и добра вътрешна комуникация.

**Д-р Николай Колев, изпълнителен директор на „Плена България“ и „Огняново К“:**



**Успешните компании са лицето на всяка икономика и тяхното представяне мотивира останалите.** В наше време примерите за успешни модели са повече в т. нар. модерни индустрии и производството сякаш остана на заден план. **Идеята на списание „Икономика“ да се обърне и към традиционните отрасли и да покаже спецификата на дейността им е похвална и аз се надявам, че все по-често ще виждаме добри примери на страниците на изданието.** Не бих се наел да давам формули за успеха, но съм убеден, че в България има много лидери и мениджъри, които имат своите формули и дърпат напред икономиката ни. Необходима им е само ефективна регулаторна рамка и политическа стабилност.



„ПОД-Бъдеще“ АД

бул. „Христофор Колумб“  
43, ет. 7

1592 София

\* 4250

0700 14 250

office@budeshte.bg

www.budeshte.bg



## Бъдещето на пенсионната система

Кое е най-ценното нещо в живота на човек от финансова гледна точка - здравето, жилището, образованието, автомобилът? Финансовите експерти са единодушни, че това са годините, в които няма да можем да работим, а ще се нуждаем от средства всеки месец години наред.

Осигуряването на средства за този период е задача на пенсионната система. В страни с отрицателен демографски прираст като България, в които работещите ще стават все по-малко, а пенсионерите все повече, възможностите на държавата да осигурява адекватни пенсии ще са много по-ограничени след години. Бъдещите пенсионери ще разчитат много повече на пенсионните фондове.

### ПРОФИЛ НА КОМПАНИЯТА

„ПОД-Бъдеще“ АД е една от утвърдените пенсионни компании в България. Компанията е правоприменик на създаденото през 2003 г. „ДЗИ-Пенсионно Осигуряване“ АД и е лицензирана от Комисията за финансов надзор. „ПОД-Бъдеще“ АД инвестира спестяванията за пенсия на своите клиенти посредством три фонда - универсален („УПФ-Бъдеще“), професионален („ППФ-Бъдеще“) и доброволен („ДПФ-Бъдеще“). Към 31 декември 2016 г. в тях се осигуряват близо 190

хил. души, а нетните активи, управлявани от тези фондове, надхвърлят 216 млн. лв. Средствата се управляват при спазване принципите на надеждност, ликвидност, доходност и диверсификация в интерес на осигурените лица и с цел гарантиране на финансова стабилност на клиентите в дългосрочен период.

### ПРЕДИМСТВА

„ПОД-Бъдеще“ АД работи с доверени осигурителни посредници в цялата страна. Сред партньорите ѝ например е Изи Кредит, която предоставя финансови услуги от врата до врата чрез своята мрежа от 3000 кредитни консултанти и 150 офиса в цялата страна. Посредством клубната карта „Бъдеще“ всяко осигурено лице във фондовете на „ПОД-Бъдеще“ АД получава и специални, по-ниски цени и отстъпки за покупка на стоки и услуги в над 730 търговски обекта в България. Фондовете на компанията са сред най-предпочитаните от новопостъпващите и младите на пазара на труда. В началото на 2017 г. компанията внедри първото мобилно приложение в сектора, с което всяко осигурено лице навсякъде и по всяко време може да проверява чрез своя смартфон и таблет средствата по индивидуалната си партида, както и да следи движението на вноските си за пенсия.



Изи Кредит е осигурителен посредник на „ПОД-Бъдеще“. Наред с потребителски заеми, консултантите на Изи Кредит предлагат и услуги по допълнително осигуряване в трите фонда на „ПОД-Бъдеще“ - универсален („УПФ-Бъдеще“), професионален („ППФ-Бъдеще“) и доброволен („ДПФ-Бъдеще“).





ГРАДСКИ АВТОМОБИЛ  
НА 2017 ГОДИНА

# НОВИЯТ CITROËN C3

## УНИКАЛЕН КАТО ТЕБ

ConnectedCAM Citroën™  
Citroën Advanced Comfort®  
36 комбинации за персонализиране

ЦЕНИ ОТ  
**19 900** ЛВ С ДДС

ConnectedCAM Citroën™ в новият Citroën C3 Ви дава възможност да споделяте с едно кликване снимките направени от Вас с камерата инсталирана в огледалото за обратно виждане на автомобила.

Програмата Citroën Advanced Comfort® гарантира максимален комфорт на пътуването в богат и прагматичен интериор с достъпни органи на управление, филтриране на външните шумове и вибрации, позитивни преживявания и използване на интуитивни технологии за връзка между дигиталните устройства на водача и автомобила му.



NAVIBULGAR®



## „ПАРАХОДСТВО БМФ“ АД

бул. „Приморски“ 1,

9000 Варна, България

Тел.: +359 52 633 100

Факс: +359 52 633 033

office@navbul.com

www.navbul.com

## Параходство БМФ

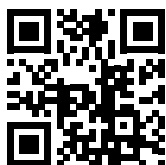
Параходство БМФ е най-голямото българско предприятие-корабособственик с над едновековна традиция и опит в корабоплавателната индустрия. Понастоящем, като частна компания със 125-годишно наследство, възприемаща принципите на ключов играч на пазара, компанията има дори по-силни позиции на международния пазар.

Политиката на компанията е насочена към постоянното обновление на флотилията, намаляването на средната възраст на корабите, затвърждаването на връзките с водещите компании - чартьори, активното проучване на пазара на товарните превози, намирането и попълването на свободни пазарни ниши, непрекъснато подобряване на квалификацията на персонала, поддръжка на техническото състояние на корабите във връзка с международните изисквания за клас, флаг и опазване на околната среда. По този начин Параходство БМФ се стреми към постигането на лидерската позиция не само в Европа, но и в света.



## Дейности

- ✓ Чартъринг
- ✓ Корабно опериране
- ✓ Корабно агентирание
- ✓ Буксирни услуги
- ✓ Обучение и квалификация на морски специалисти







## История

**1889 - 1892 г.** Група предприемачи от Варна подемат кампания за създаване на българско параходно дружество на Черно море. На общо събрание е приет уставът на бъдещото Параходство, който е утвърден и от Министерския съвет.

**14 декември 1892 г.** Народното събрание на Княжество България приема Закон за съставяне на Българско търговско параходно дружество (БТПД) по Черно море със седалище град Варна.

**15 август 1893 г.** На първото общо събрание на акционерите в БТПД е взето решение за закупуване на първите два парахода на дружеството, които влизат в експлоатация през 1894 г.

**1894 - 1939 г.** Развитието на дейността на БТПД оказва положително въздействие върху постоянното разширяване на външната търговия на страната.

**1941 - 1944 г.** По време на Втората световна война всички кораби на БТПД са потопени в хода на бойните действия.

**1941 г.** Създадена е държавна компания за крайбрежно плаване с името „Български морски флот“.

**1947 г.** БТПД и държавната компания за крайбрежно плаване се обединяват под името Параходство „Български морски флот“ (БМФ).

**1947 - 1989 г.** БМФ е национален морски превозвач, който осъществява над 80 % от износа на страната. Тонажът на корабите надхвърля 1 500 000 тона.

**1997 г.** ПБМФ е една от водещите компании, въвела международния стандарт ISM.

**2003 г.** Компанията е сертифицирана съгласно стандарт ISO 9001-2000 „Системи за управление на качеството. Изисквания.“

**14 август 2008 г.** Приватизация на Параходството. Консорциумът „KG Maritime“ АД получава контролния

пакет на „Параходство Български морски флот“.

**2009 г.** БМФ стартира програма за обновяване на флота си, притежаващ общ тонаж на средна възраст 28 години.

**2010 г.** ПБМФ е сертифицирана съгласно стандарт ISO 9001-2008 „Системи за управление на качеството. Изисквания.“ от Germanishe Loyd.

**Февруари 2015 г.** Компанията е сертифицирана и по стандарт ISO 14001-2004 „Системи за управление по околна среда. Изисквания и указания за прилагане.“ от RINA.

**31 декември 2016 г.** Параходство БМФ обновява корабния си плавателен парк с 9 бълкера, с което средната възраст на 30-те кораба за насипни товари става 9 години.





„Победа“ АД  
Централен офис  
ул. „Одрин“ 15  
8005 Бургас  
Тел.: 056 / 87 04 00  
office@pobeda.bg  
www.pobeda.bg



## Сладки изделия с дъх на море

„Победа“ АД е водещ български производител на бисквити, мини кексове и бонбони. Компанията е основана през 1929 г. и дава началото на едни от най-разпознаваемите захарни изделия на пазара у нас - бонбоните „Черноморец“, бисквитите „Закуска“, „Анелия“ и „Навона“, чийто неостаряващ вкус носи и до днес на българските потребители незабравими „сладки“ мигове и усещане за лято и море.

### ПРОФЕСИОНАЛИЗЪМ

Управлението на емблематични марки изисква изключителна отговорност и професионално отношение. Десетилетия упорит труд стоят зад утвърдените продукти на „Победа“. Поддържането на високо качество е непрестанен и динамичен процес, който изисква значителни инвестиции в технология, про-

учвателна дейност и човешки ресурси. Десетките отличия на международно и национално ниво са доказателство, че зад продуктите с марка „Победа“ стои професионализъм, стабилност и дългосрочна визия за развитие.

### ПАЗАРНИ ВЪЗМОЖНОСТИ

Делът на потребителите с традиционен вкус е определящ за пазара, затова и най-продаваните продукти са тези с дългогодишно присъствие в съзнанието на потребителите. Емоцията е добавената стойност към изделията с марка „Победа“. Компанията се стреми да развива своята продуктова програма спрямо актуалните пазарни тенденции, удовлетворявайки както потребителите с традиционни предпочитания, така и ориентирани към съвременни и нестандартни решения.



**Ирена Чолакова,**  
директор „Човешки ресурси и европейски проекти“:

**Успехът винаги е резултат от това да вложиш сърцето си, да изпиташ всеки детайл, да се стремиш всичко да е свършено.** Успехът е екипност, умение да чуеш другите, да имаш дългосрочна визия, но най-важното - да не правиш компромис с качеството на продуктите. Стремим се да удовлетворяваме новите очаквания, обновяваме, експериментираме, надграждаме. Клиентите усещат това и ни се доверяват.

**Инвестираме постоянно в развитието на екипа от специалисти, повишаваме квалификацията на кадрите, насърчаваме креативността им, защото нашите служители и работници са ценният ресурс, който е в основата на успеха и развитието на компанията. Нашите продукти докосват, създават усещания, спомени, асоциации.** С част от тях израснаха цели поколения. Стараем се да заредим с емоция всеки наш продукт. Амбицията ни е да продължим успешно да пишем историята на „Победа“ и да привличаме повече хора да изберат българското.







# ШАТРИ И ОБОРУДВАНЕ ПОД НАЕМ

OFFICE@RIGHTRENTAL.NET | 0 700 13 700 | WWW.RIGHTRENTAL.NET





**PORSCHE**  
BG

Порше БГ ЕООД

Бизнес Парк София,  
Младост 4

Сграда 7, Етаж 4

1766 София

<http://porschebulgaria.bg>

**Маркус Татцер, изпълнителен директор на Porsche BG:**

## **Volkswagen и Audi намират път КЪМ НОВИ КЛИЕНТИ**

*Маркус Татцер започва кариерата си в Porsche Holding, Залцбург, през 2013 г. Натрупва професионалния си опит в Босна, Чили, Колумбия и Австрия. От 2013 г. до 2016 г. е ръководител проекти в отдела за международна търговия на едро в Porsche Holding Austria. През 2015 г. е проектен ръководител на новосъздадената Porsche Bosna, като има сериозен принос за изграждането и утвърждаването ѝ. От 21 март 2016 г. е изпълнителен директор на „Порше БГ“ - официален вносител на Volkswagen и Audi за България.*

**Г-н Татцер, какви нови модели представиха Volkswagen и Audi на Автосалона в Женева? С какво се отличават те?**

И двете марки представиха по няколко нови модела на изложението в Женева. Audi представи Audi Q8 sport concept, RS5 Coupe, RS3, RS5 DTM, SQ5 TFSI, A5 Sportback g-tron. Volkswagen показа концепта Sedic - първия самоуправляващ се автомобил на групата, новия Arteon - Volkswagen от най-високо качество, Tiguan allspace, Golf и електрическият Golf, напълно автоматизиран концептуален I.D. Buzz. Всички те излъчват престиж, решителен спортен дух и ясно забележими технологии във всички области.

**Как се развиват продажбите на**

**двете марки в световен мащаб? Кои са най-силните пазари, кои модели се радват на най-голям интерес сред клиентите?**

Volkswagen group официално е най-големият световен автомобилен производител за 2016 г. с 10.3 млн. продадени автомобили по цял свят. Увеличените продажби, особено в Китай и Европа ни вдъхват оптимизъм, че можем да се справим с всички предизвикателства. Вярваме, че не само най-продаваните ни модели VW Golf, VW Polo, Audi A4 и Q5, но и цялата гама на електрическите ни модели ще отпрати предизвикателство към клиентите ни и ще донесе допълнително доверие в нашите марки. И двата бранда се развиват в нови сегменти и намират път към нови клиенти.





“

Предлагаме оферти според конкретните нужди на нашите корпоративни клиенти, **повечето от които са водещи международни и български компании**

”

**Колко е важен българският пазар за Volkswagen? Кои брандове/модели представляват най-голям интерес за българските ви клиенти?**

Според данните на МВР за автомобилните регистрации повече от 500 000 българи карат автомобили на Volkswagen. Фактите показват, че с модели като Golf, Polo, Passat и др., Volkswagen е най-разпространената марка коли в България. Ръстът в SUV сегмента е основна характеристика на българския автомобилен пазар. Продуктовото портфолио на Volkswagen и Audi атрактивно отговаря на потребителското търсене в сегментите SUV1 и SUV2: започвайки от новите Tiguan и Touareg на VW, а скоро очакваме и премиерата на T-Roch; при Audi - цялата SUV гама, започвайки от Q2 и Q3, изцяло новото Q5 и бестселъра Q7.

Клиентите ни предпочитат високо оборудвани автомобили, щастливи сме, че разполагаме с такива и оценяваме вкуса им за всички технологични и дизайнерски иновации в продуктовата ни гама. Предлагаме оферти според конкретните нужди на

нашите корпоративни клиенти, повечето от които са водещи международни и български компании. Покриваме целия спектър на автомобилната търговия - от търговия на дребно чрез дистрибуция на резервни части, пълната гама от автомобилни финансови услуги, застраховане, употребявани автомобили и следпродажбени услуги. Ние сме надежден партньор, пренасящ своя десетилетен опит в автомобилния бизнес до клиентите ни в България.

**Как се развива програмата ви за употребявани автомобили Das WeltAuto? Какъв е дялът на продажбите на такива автомобили в България от общите?**

Volkswagen е първият концерн, който създава единна глобална марка за продажбата на употребявани автомобили. Главната цел е обединяването в световен мащаб на този вид търговска дейност в мрежа от оторизирани дилъри, предлагаща марки, произведени от концерна. Спецификата на българския пазар показва, че в края на 2016 г. броят на





## World Premiere Geneva 2017 Volkswagen Arteon



Volkswagen



регистрираните нови коли в България (до 5 години) е само 4.4%. 2/3 са над 15 години, само 14% са под 10 години, а 40% са произведени преди повече от 20 години.

Даваме отговор на търсенето от страна на клиентите ни на местно ниво. Целта на въвеждането на марката Das WeltAuto в България е да отговори на нуждите и желанията на нашите настоящи и потенциални клиенти. Предлагаме търговско решение на новите ни клиенти: изключително опростена процедура за закупуване и замяна на настоящата им кола с нова. Клиентите на WeltAuto получават сертифициран употребяван автомобил, на максимум 6 години, с 6 месеца гаранция. В България има голямо търсене на употребявани автомобили, а ние гарантираме най-доброто качество на нашите предложения, така че клиентите ни да са сигурни, че получават кола с доказана сервизна история и независимо проверен пробег.

**Какви предизвикателства срещате в работата ви на българския пазар?**

### Силна ли е конкуренцията?

Искам да отбележа, че предимствата за правене на бизнес в България са много повече, отколкото предизвикателствата: членството в ЕС и хармонизираното законодателство, стабилната валута, фиксирана към еврото, макроикономическата стабилност, най-ниските разходи за труд в ЕС и благоприятен данъчен режим. Основните предизвикателства са намирането и задържането на качествени кадри на средно управленско ниво и квалифицирани инженери, както и липсата на надеждна и прозрачна статистическа информация. Друг проблем е почти несъществуващата средна класа, която стимулира конкуренцията, тъй като автопроизводителите разчитат на ограничен брой клиенти. Така ние трябва да се конкурираме не само като предлагаме цени на нашите продукти, но и по отношение на финансовите и следпродажбените услуги. Предлагаме 5-годишна гаранция за VW и 4 години за Audi и услугата 4+ за поддръжка на атрактивни цени на коли над 4 години.

**Пречка ли е липсата на официални данни за автомобилните регистрации в България, както и за вноса/износа? Нужно ли е да се промени това?**

Това е като да ловиш риба в мътна



Volkswagen е най-разпространената марка автомобили в България, повече от 500 000 българи карат такива





вода. Липсата на официални данни пречи на автомобилните компании в България да направят задълбочен анализ на бизнеса в страната и да планират по-точно продажбите си. Доколкото знам, България е единственият пазар в ЕС без официална статистика в автомобилния сектор. Не намирам никакво разумно обяснение за необявяването на тези данни и много бих искал това да се промени.

**Какви са актуалните глобални тенденции в автомобилостроенето и как се отразяват те на автомобилния пазар в България?**

Основните технологични области на бъдещето са електромобили, автономни превозни средства и дигитализация, всички те са застъпени в бъдещите продукти на компанията ни. Българският пазар бавно се приближава към тези тенденции. Стандартът на живот, правната рамка и липсващата инфраструктура, които важат и за останалата част от европейския пазар, са най-големите препятствия пред въвеждането им в България.

**Дизеловите двигатели все още са водещи на европейския автомобилен пазар. Очаквате ли употребата им да намалее, особено предвид скандала в САЩ?**

Не очакваме това да се случи през следващите 5 години. На някои пазари дизелът стана социално неприемлив, но в Европа потребителите все още предпочитат дизеловите коли, защото те имат по-дълъг пробег, по-нисък разход и следователно по-ниски въглеродни емисии в сравнение с бензинови двигатели. Те предлагат и по-голям въртящ момент, което не е за подценяване. Дизеловите двигатели ще продължат да бъдат изгодни.

В същото време ние трябва да развиваме електромобилността. Volkswagen ще опита да възвърне доверието към бранда, като направи електрически 1/4 от автопарка си до 2025 г. и съкрати 1/4 от вредните емисии за същия период. През следващите 10 години автомобилната индустрия ще претърпи най-фундаменталната промяна в историята си и за повечето клиенти електрическият автомобил скоро ще бъде предпочитана алтернатива.

Нашият главен изпълнителен директор Херберт Дайс заяви, че планира „да промени из основи“ корпоративната култура на Volkswagen, превръщайки го в световен лидер в електромобилите до 2025 г. Технически погледнато, ние можем да бъдем такъв и в момента, но нормативните изисквания за електрически превозни средства все още не са изпълнени, а разработването и инсталирането на изцяло новата инфраструктура ще отнеме време.





Пощенска банка

Централно управление  
ул. „Околовръстен път“ 260,  
1766 София

Център за обслужване  
на клиенти - 0700 18 555

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



## Пощенска банка: 25 години успешна история

25 години успешна история трудно могат да бъдат разказани, особено когато говорим за една от водещите банки на пазара, развиваща своята дейност в сектор на непрекъснати иновации и ежедневни предизвикателства. От отварянето на първия клон през 1991 г., в който работят само 20 служители, до днес, с широка и функционална клонова мрежа в цялата страна и значителна клиентска база от граждани, фирми и институции, Пощенска банка е водеща и модерна финансова институция, петата по активи на пазара у нас. Банката е сред лидерите в нововъведенията и формирането на тенденциите в банковия сектор, многократно награждавана за своите продукти и добри практики.

“  
Банката е сред лидерите в нововъведенията и формирането на тенденциите в банковия сектор, многократно награждавана за своите продукти и добри практики

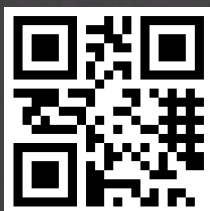
”  
25-ата годишнина на банката беше съпроводена от още едно важно събитие - успешното финализиране на сделката по придобиването на дейността на клон на Алфа Банк в България - ключово събитие за целия банков пазар и първата знакова сделка в започнатия у нас процес на консолидация, реализирана за изключително кратко време.  
„Чувстваме се горди с постигнатото до момента и то ни дава увереност да продължим да предлагаме едни от най-добрите банков продукти и услуги. Стремим се към устойчиво развитие на бизнеса ни и да осигуряваме максимално удобство на клиентите ни чрез иновативни продукти. Когато погледна напред, виждам огромния потенциал на Пощенска банка, който няма да спираме да развиваме“, коментира г-жа Петя Димитрова, главен изпълнителен директор и председател на УС на Пощенска банка.

### ИНОВАЦИИ

За да отговори на желанията и нуждите на своите клиенти, Пощенска банка непрекъснато предлага модерни продукти и услуги, които са без аналог на пазара - мобилно приложение за кредитни карти My Card, първия по рода си у нас „Спестовен жилищен кредит“, който позволява на потребителите сами да намалят месечната си вноска или срока на изплащане на кредита си, „Различен

### РАЗВИТИЕ

През 2016 г. Пощенска банка отпразнува своя юбилей със служители, клиенти и партньори, като всеки желаещ имаше възможност да остави своето пожелание и да персонализира част от най-големия дигитален пъзел, създаван в България.







Освен предлагането на модерни банкови решения, основен елемент от работата на **Пощенска банка вече 25 години са инвестициите в устойчиво бизнес развитие**



потребителски кредит”, който наложи напълно нови стандарти в потребителското кредитиране в България, лесно и удобно приложение за мобилно банкиране m-Postbank, безплатна онлайн видеоконсултация чрез Skype от експертите на банката, както и Мобилни банкови експерти, които са на разположение на клиентите в столицата. Последната новост са кредитна програма „Повече днес”, с която потребителите увеличават разполагаемия си доход с до 50% и иновативна разплащателна „Супер сметка@” за заплата, с която сами премахват месечната си такса и могат да получават паричен бонус, като я използват активно в ежедневието си за електронни операции.

#### ОТГОВОРНОСТ

Освен предлагането на модерни банкови решения, основен елемент от работата на Пощенска банка вече 25 години са инвестициите в устойчиво бизнес развитие. Компанията подкрепя редица проекти в областта на образованието, спорта, опазването на околната среда и корпоративното дарителство, но в същото време и създава собствени значими социални проекти. Вече втора година банката е ментор на две от учебните банки на Националната търговско-банкова гимназия в София. С ентузиазъм служителите се включват и в проект на Американския колеж „Училището среща бизнеса”. В края на 2015 г. стартира и дългосрочният проект „Финанси по ноти”, с който банката обръща внимание на друга важна тема - финансовата грамотност.

Традиционно Пощенска банка е основен партньор на благотворителното щафетно бягане Postbank Business Run и взема участие в глобалната инициатива Park(ing) Day. Работи с мисъл и отговорност към своите служители, ан-

гажирайки ги в редица вътрешни инициативи, свързани с актуални обществени проблеми.

#### ОТЛИЧИЯ

За своя иновативен подход към клиентите, отличното клиентско обслужване, продуктите и услугите, които предлага, както и за новаторството в маркетинговите кампании, Пощенска банка получава редица отличия от национални и международни институции, сред които „Иновации в банковите продукти и услуги” от Forbes Business Awards, „Национален шампион на България” от European Business Awards, „Най-добра банка-попечител в България” от сп. Global Custodian и „Най-устойчива дарителска програма” от БДФ за „Най-добър старт за всяко дете”.





„Престиж-96“ АД

ул. „Дълга лъка“ 6

кв. Чолаковци

5000 Велико Търново

Тел.: +359 62 61 41 41

E-mail: office@prestige96.bg

www.prestige96.bg



Производствената база на „Престиж-96“ във Велико Търново

## Престижните сладки марки

„Престиж-96“ АД, основана през 1996 г. в старопрестолната столица на България Велико Търново, е сред най-големите компании в хранително-вкусовата промишленост в България. През последните две години тя постига висок двуцифрен ръст във всеки финансов показател, което я нарежда сред най-успешните компании в страната. От началото на 2016 г. „Престиж-96“ се превърна в абсолютен пазарен лидер във всяка категория, в която оперира в България: бисквити, вафли и мини кейкове с любимите марки Траяна, Мираж, Роден край, Хипер, Троя, Споко, Ная, Мюсли, Насладки, Престиж и Престиж Селекция - с дял в продажбите от 23%.

Любимите бисквити „Мираж“ и „Траяна“ са лидерите в категорията „Тунквани бисквити“ със следните пазарни позиции:

✓ Мираж -> бранд номер 1 с 16% пазарен дял;

✓ Траяна -> бранд номер 2 с 15% пазарен дял.

**А в категориите тунквани и нетунквани вафли най-големите брандове на „Престиж-96“ са:**

✓ Ная -> бранд номер 2 с 16% пазарен дял;

✓ Хипер -> бранд номер 3 с 10% пазарен дял.

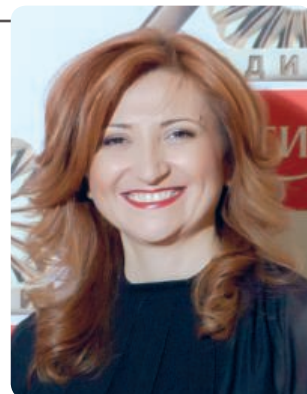
Благодарение на успешно провежданата си маркетингова, търговска и оперативна политика „Престиж-96“ през 2015 г. се класира на следните лидерски позиции сред всички компании от хранително-вкусовата промишленост:

✓ 2-ро място по рентабилност (EBITDA margin);



### Дарина Стоянова, изпълнителен директор:

Стремим се да градим ПРЕСТИЖ във всяко нещо, което правим, и работим с най-добрите във всеки бранш. Залагам на нашия екип като основен двигател на изключителни резултати и успех. Духът и корпоративната култура са нашето конкурентно предимство. „Престиж-96“ е екип от победители и прекрасна амалгама от хора с различни професии и таланти, на различна възраст, с различен опит. **Вярвам, че да сме пазарен лидер означава да се държим като лидери във всичко** - в качеството на продуктите, в иновативния подход към пазара, в задълбоченото познаване на нуждите на потребителите, в отношението към клиенти и партньори. Това е пътят, по който ние ще продължаваме да вървим.







*Дарина Стоянова заедно с мениджмънт екипа на „Престиж-96“ и наградени служители по време на честванията на 20-годишнината на компанията*

- ✓ 5-о място по печалба преди такси, данъци и амортизации (ЕБИТДА);

- ✓ 10-о място по приходи от продажби.

Компанията се стреми към иновации и съвършенство във всичко - в развойната си дейност, в производството, в логистиката, в контрола на качеството, в проучването и тълкуването на пазара и потребителските нужди, в комуникационните и маркетинговите стратегии.

Екипът на „Престиж-96“ е горд, че има преимущество да **разработва продуктите си с изключителна експертиза** и внимание в собствени R&D лаборатории, да си сътрудничи с международни експерти и с водещите производители на суровини в света. „Престиж-96“ затвърди позицията си на иноватор в хранителната индустрия, като даде възможност на любителите на вафли „Ная“ да се запознаят лично с момиченцето от кутията на своето мобилно устройство. Компанията добави към традиционните си вафли „Ная“ подарък - мобилно приложение с добавена реалност, което позволява на Ная да „оживява“ чрез 3D холограма. Добавената реалност (Augmented reality) е иновативна технология, която наслаждава дигитално съдържание върху реални обекти. „Престиж-96“ е първият български производител в хранителната индустрия, който прилага тази технология върху опаковката на свой продукт. Като утвърден лидер в своята област, компанията взема решението да съчетае традиции с иновации, доверявайки един от най-емблематичните си продукти на креативността на разрастващата се българска стартъп общност.

През 2016 г. „Престиж-96“ беше номинирана и спечели наградата **„Компания на годината 2015“** за устойчиво развитие, качество и иновации в производството на захарни изделия. Приза „Любима марка на България за 2016 година“ също получи брандът ПРЕСТИЖ в категорията захарни изделия - бисквити и вафли. През месец септември 2016 г. „Престиж-96“ бе компанията, номинирана за Национален шампион на България на поредното издание на Европейските бизнес награди 2016/2017 г., чиято цел е отличаването и популяризирането на високите постижения, иновации

и успешните бизнес практики в Европа. Едно от най-високите отличия за компанията е наградата **„Работодател на годината 2016“** в категорията „Работодатели със значим принос за осигуряването на заетост на безработни лица на регионалния трудов пазар“, връчена в края на 2016-а на форум, организиран от Агенция по заетостта.

„Престиж-96“ създава устойчиви работни места и дългосрочна заетост на 600 човека от Велико Търново и региона. „Престиж-96“ се стреми да е социално отговорна компания с активна позиция към бъдещето на обществото, в което живеем. Затова компанията инициира и подкрепя каузи, които имат положителен ефект върху живота на хората - образованието на младите и тяхното личностно израстване, култура, спорт и здравословен начин на живот.

За трета поредна година „Престиж-96“ е генерален спонсор на зрелищното баскетболно шоу **„100% POWER Мач на звездите“**.



*Една от високотехнологичните производствени линии на компанията*

**„Пътища Пловдив“ АД**бул. „Цар Борис III  
Обединител“ 37

4003 Пловдив

тел: 359 32 964 166

факс: 359 32 964 160

mail: office@patishhta.com

http://www.patishhta.com/



## Стандарт в строителството

„Пътища Пловдив“ АД е българска компания с над 50-годишна история. От 1997 г. 100% от акциите на компанията са частна собственост. Дружеството е специализирано в изграждането на инфраструктурни обекти.

Само за последните 3 години компанията е изпълнила проекти за строителство и рехабилитация на над 70 км магистрален път, 100 км пътища от републиканската пътна мрежа и над 200 км рехабилитация и ремонт на улична и общинска пътна мрежа.

Компанията е член на Международната пътна федерация /IRF/.

„Пътища Пловдив“ е в челната петица на големите строителни компании в България.

Компанията разполага с екип от над 550 човека, сред които над 80 висококвалифицирани специалисти и инженери в областта на строителството, ремонтите и поддръжката на инфраструктурни обекти.

„Пътища Пловдив“ инвестира в нови машини и технологии, които правят компанията високоэффективна. Инвестицията ѝ в обучение на екипа за работа с качествено нови машини е непрекъснат процес. През 2016 г. в компанията се организира и проведе най-мощното обучение на кадри - оператори на машини, което технологичният гигант Caterpillar някога е правил в България.

От момента на придобиване на дружеството от новия собственик през пролетта на 2014 г. досега са направени инвестиции в размер на над 25 милиона лева само в техника и оборудване.

Инвестира се непрекъснато в нови машини и технологии, които правят компанията по-ефективна, дават бързина и високо качество на работата - рецикалтори, хибридни багери и друга техника последно поколение.

Това прави „Пътища Пловдив“ високо конкурентна компания на пазара освен като експертиза, също и като мащаб и качество.

Компанията непрестанно увеличава капацитета на своите производствени бази, които бяха в центъра на инвестиционната корпоративна програма за 2016 г. Това прави „Пътища Пловдив“ без конкуренция на пазара на инертни материали, асфалт и смеси в тази част на България.

В последната година компанията



**Компанията разполага с екип от над 550 човека, сред които над 80 висококвалифицирани специалисти и инженери в областта на строителството, ремонтите и поддръжката на инфраструктурни обекти**

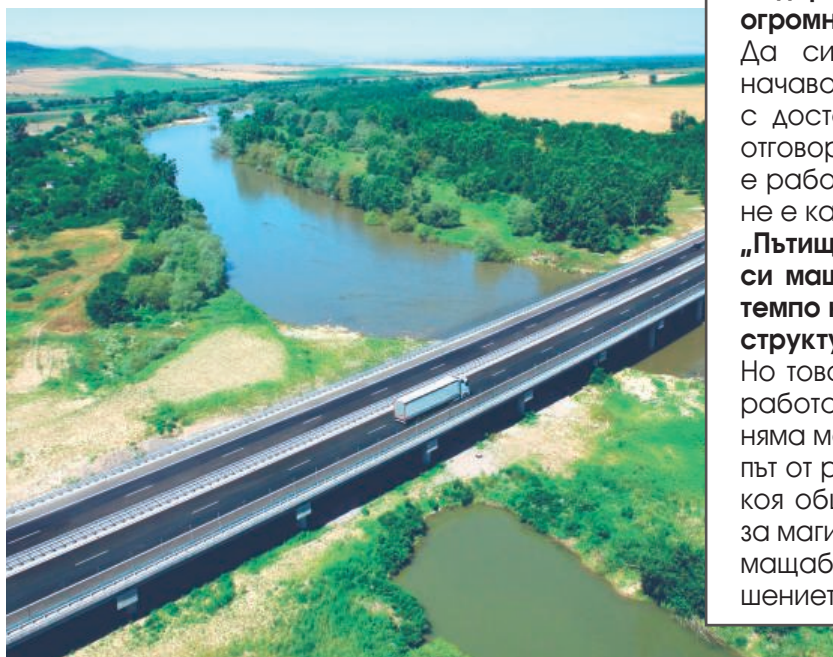






увеличи производствения си капацитет над 100% след серия инвестиции в модернизирването на производствените си бази за асфалтови смеси, инертни материали, битумна емулсия и минерално каменно брашно.

През 2016 г. компанията стартира съвместната инициатива с Професионалната гимназия по машиностроене в Пловдив и в базите на „Пътища Пловдив“ всяка седмица се провеждат практически занимания за учениците от 12-и клас в областта на поддръжката на машини. Това е нашето решение и отговор на крещящия дефицит на кадри в сектора. Това е и реален ангажимент и амбиция за най-младите да се занимават с тази работа, когато имат възможност да работят и да се учат на най-съвременните машини.



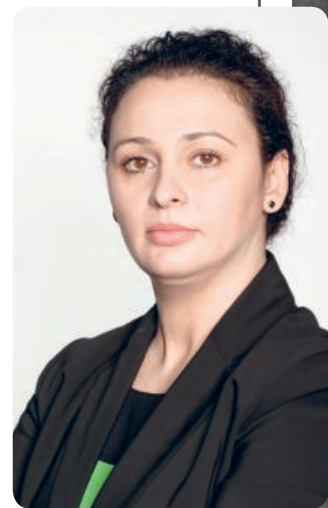
## ““ МАРГАРИТА ПОПИВАНОВА, изпълнителен директор:

**Работата на строителите е тежка, отговорна и често неблагодарна. Усилията, които в бранша полагаме през последните години, за да може България да има подобри, европейски, модерни пътища, са огромни.**

Да си строител, означава да работиш с достойнство, чест и отговорност. Това не е работа за единаци и не е кауза за самотни играчи.

**„Пътища Пловдив“ излезе от регионалния си мащаб и вече 3 години поддържа темпо на национална компания в инфраструктурното строителство.**

Но това не промени отношението ни към работата. Казвала съм и друг път - за нас няма маловажен проект. И когато правим път от републиканската пътна мрежа в някоя община, и когато работим по проект за магистрала. Разликата е само в мащаба, но не и в усилията и отношението, което влагаме.







## Рубелла Бюти АД

Централен офис

ул. „Златен рог“ 20-22,  
ет. 7

кв. „Лозенец“,

1407 София

тел./факс: (+ 359 2)  
962 74 64, 962 74 65,  
962 73 53, 962 73 63

e-mail: office@rubella.eu  
marketing@rubella.eu  
sales@rubella.eu  
export@rubella.eu

<http://rubella.bg/>



## Красотата е нашата мисия

Рубелла Бюти АД е основана през далечната 1980 г. Компанията е с дългогодишен опит и знания, които могат да се усетят във високото качество на продуктите ѝ. През 1997 г. Рубелла Бюти АД става частна компания, което ѝ дава възможността за още по-бързи и високи темпове на развитие, превръщайки нейната производствена дейност в една от най-модерните и ефективни на Балканите.

Производствената база на компанията се простира на площ от 75 дка, в които са включени различни производствени звена - бои за коса, пасти за зъби, грижа за кожата, течности (шампоани, балсами, душ-гелове) и опаковки. Всяко едно от тях е с огромен капацитет за производство, както и с възможност за голяма гъвкавост в производствените дейности и планиране.

Всички тези предимства на Рубелла Бюти АД ѝ печелят различни партньори на международните пазари, сред които Unilever, Boots, Asda, Gosh, Carrefour,



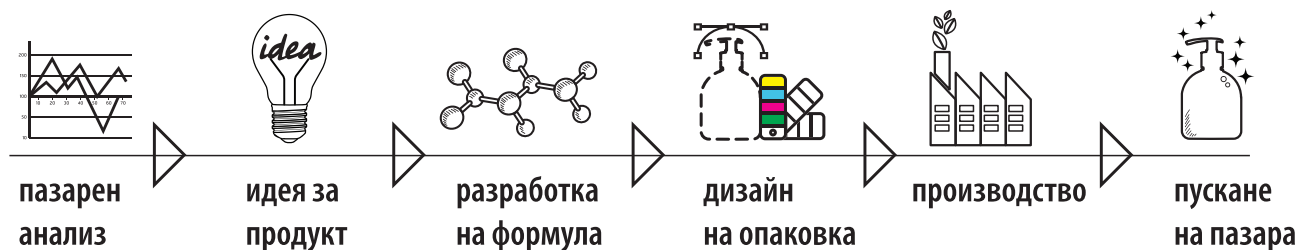
Metro, Billa, Kaufland, Dm, Auchan, Leclerc, Etos, Tesco, Wilkinson's, Intrmarche, Coles, Cash World, Dia и др. С времето компанията става все повече експортно ориентирана и това ѝ печели наградите Експортьор на годината за 2014 и 2015 г. До момента Рубелла Бюти АД е извършила износ до над 50 държави по света, благодарение на което успя да изгради различни успешни партньорства и да натрупа опит на международния пазар, превръщайки я в още по-конкурентна на мултинационалните компании.

Заедно с това тя постоянно се стреми към все по-висок и по-висок стандарт на качество. Една от основните цели на компанията е да има пълна проследимост на производствените процеси и произвежданите продукти. Доказателство за това са различните сертификати за качество, които е получила в годините си на развитие, а именно:

- ISO 9001:2008 - Система за управление



Осигуряваме цялостна услуга на клиентите си:



**Сред водещите марки на компанията са DeVa, Dental, Rubelia, Top Ten, Tra-la-la, Fashion Color, Premium Fashion Color и много други.** Те са изключително добре разпознаваеми на пазара с високото си качество и атрактивната си цена. Благодарение на собствената си лаборатория за разработване на нови продукти с висококвалифицирани специалисти, **Рубелла Бюти АД успява ефективно да отговори на нуждите на своите клиенти.** И не само на тези на българския пазар, но и на потребителите в държави като Англия, Франция, Холандия, Испания, Италия, Австралия, Гърция, Финландия, ЮАР, Чехия, Унгария и много други.

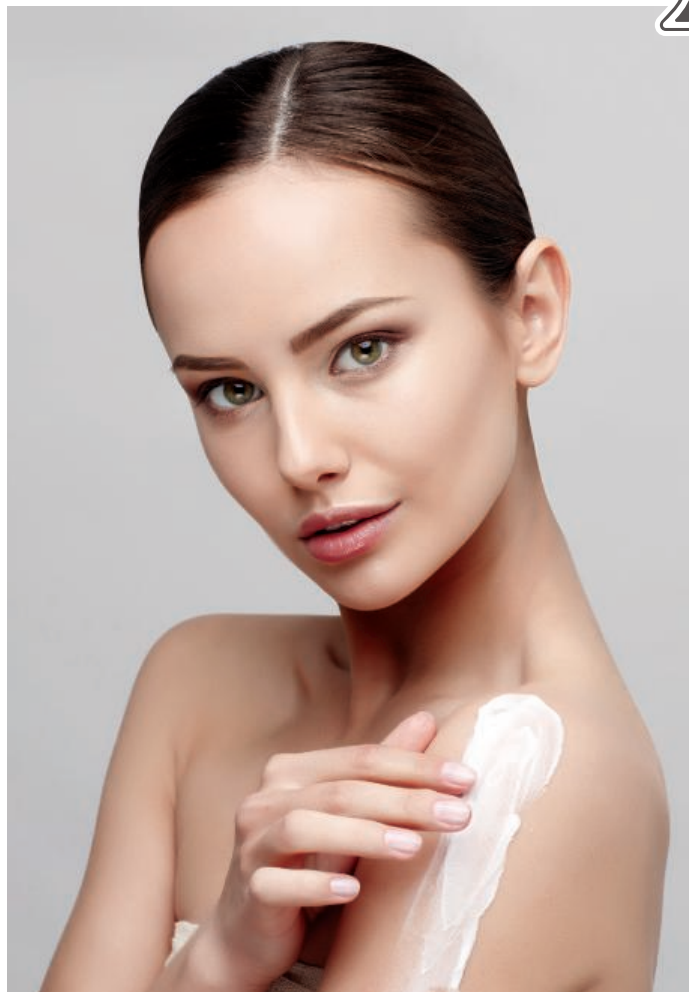


ние на качеството

- OHSAS 18001:2007-Система за управление на здравето и безопасността при работа
- ISO 14001:2004 - Система за управление на околната среда
- ISO 22716:2004 - за добри производствени практики
- BRC (British Retail Consortium) Global Standards - система за управление на безопасността и качеството на продукта
- SEDEX - въвеждане и спазване на политика за социална отговорност
- PETA - в списъка на компаниите, които не тестват върху животни

Всички тези сертификати подкрепят и удостоверяват безупречното качество на продуктите на Рубелла Бюти АД. Това включва различни козметични продукти за красота и хигиена като:

- Устна хигиена - пасти за зъби, четки за зъби, води за уста
- Грижа за косата - шампоани, балсами, маски, гелове
- Боя за коса - перманентна, измивна, амонячна, безамонячна, 10-минутна, мус-боя и др.
- Грижа за лице и тяло - кремове за лице, маски за лице, душ гелове, лосиони и млека за тяло, депилиращи продукти, антицелулитни продукти
- Мъжка козметика - продукти за бръснене, след бръснене, дезодориращи продукти, кремове за лице, боя за коса
- Козметика за бебета и деца - шампоани, пасти за зъби, кремчета.





## Растежът на целулозната промишленост

**„Свилоса“ АД**  
Централен офис  
Западна  
индустриална зона  
5250 Свищов  
svilosa@svilosa.bg  
тел: 0631 45277  
<https://www.svilosa.bg/bg/>



45 години опит, единствен производител на Балканите в своя сектор и износител към над 30 държави в целия свят. Това описва изключително точно българската компания „Свилоса“ АД. Публичното дружество е фокусирано в производството на сулфатна избелена целулоза от широколистна дървесина в региона и над 90% от продукцията се изнася в чужбина. Основни пазари са Турция, Гърция, Египет и Италия.

„Свилоса“ АД има структуроопределяща роля в българската целулозно-хартиена промишленост и е безспорен пазарен лидер в региона. Сулфатната целулоза е предназначена за производството на санитарно-хигиенни (тишу) хартии, хартии за писане и печат, копирни хартии, хартии с пигментно покритие, повърхностно облагородени, велпапе с покритие, лицев слой на картоните и др.

За да достигне до позицията на лидер в своя сектор, компанията е преминала през не малко трудности.

Към 1999 г., когато е приватизирана, „Свилоса“ АД е едно от малкото работещи предприятия в страната, но затънало в дългове, а финансовото му състояние е фактическа неплатежоспособност. След приватизацията се

изправя на крака. 16 години по-късно „Свилоса“ АД е предприятие с обновени и разширени производствени мощности, резултат от цялостна реконструкция и модернизация, с над 1,7 млрд. лева поръчки към местни доставчици и контрагенти.

Въпреки ежегодните проблеми с доставката на суровина през последните години, компанията не спира да инвестира. В средата на 2015 г. мажоритарният собственик на „Свилоса“ АД Красимир Дачев обявя началото на мащабна инвестиционна програма на стойност 250 млн. лв. „Ние инвестираме непрекъснато. Подготвяме голям проект, но предстои да решим точно какъв продукт ще произвеждаме. Искаме да интегрираме производството на хартия в завода за целулоза. Не искам да продължавам да съм „бананова република“ на тези около мен и да правя само един продукт. Рискът трябва да се диверсифицира. Ще интегрираме производството на един, два или три различни вида хартия“, коментира предприемачът. Поради нередовното снабдяване със суровини, програмата за увеличаване на капацитета ще претърпи съществена промяна. „Свилоса“ АД ще премине към дълбочинна прера-





“

„Свилоза“ АД има структуроопределяща роля в българската целулозно-хартиена промишленост и е **безспорен пазарен лидер в региона**

”

ботка на целулозата, получаването на различни деривати. „Всеки предприемач трябва да мисли по въпроса как да се увеличи добавената стойност от единица суровина, която създаваме в нашата страна“, смята предприемачът.

Всяко действие на компанията е ориентирано към нуждите на клиентите, подобряване на сервиса и възможността да се адаптира бързо към постоянно променящия се пазар. „Свилоза“ АД осъзнава важността на доверието, когато става въпрос за бизнес. Ето защо компанията прилага строги стандарти за качество и е готова да изпълни всяка поръчка за всяка точка на света. Слоганът на „Свилоза“ АД е „В хармония с природата“ и тя го защитава с инвестициите си в екологични проекти, които за последните 16 години са над 40 млн. лв.

„Инвестициите трябва да повишават благосъстоянието на обществото и богатството на държавата“, уверен е Дачев. Според него компанията му следва серия от правила, които имат голямо влияние върху фирмената култура и това допринася за репутацията на българските производители и предприемачи. За последните 10 години в „Свилоза“ са инвестирани над 160 млн. лв. и стремежът е днес с опит и максимални усилия в правилната посока да продължава да се развива като успешна компания. Всяка предприета малка стъпка води към прогрес на компанията - да развива устойчиви продукти и практики. „Упоритостта е в основата на всеки бизнес“, вярва Красимир Дачев.



Красимир Дачев, мажоритарен собственик на „Свилоза“ АД



**„Солвей Соди“ АД**

Индуриална зона

9160 Девня

Тел: + 359 519 95000

www.solvay.bg



## Солвей Соди: Химията дава устойчиви отговори на предизвикателствата

„Солвей Соди“ - Девня, е едно от най-големите индустриални предприятия в България и най-големият завод в Европа за производство на синтетична калцинирана сода с производствен капацитет от 1,5 млн. т годишно. Калцинираната сода е основна суровина за стъкларската промишленост, използва се също при производството на детергенти, в химическата промишленост и металургията. В завода се произвежда и сода бикарбонат, която обслужва пазарите на животинско хранене, пречистване на димните газове и други.

Исторически, индустриалното производство на калцинирана сода е най-старият бизнес на Група „Солвей“, създадена преди повече от 150 години от Ернест Солвей в Белгия. В България Група „Солвей“ присъства от 1997 г., когато заедно с турската химическа група „Шишеджам“ придобива девненския содов завод при съотношение на акционерното участие 75 % за „Солвей“ и 25 % за „Шишеджам“.

Днес над 90 % от произведената в девненския содов завод калцинирана сода се изнася, като „Солвей Соди“ осигурява 1 % от износа на България. С висока репутация на един от най-големите инвеститори в България, с дълбоки корени във Варненска област, „Солвей Соди“ има амбицията да управлява дейността си в дух на добро сътрудничество с обществото, с грижа за околната среда и преди всичко за здравето и безопасността на служителите си.

Успехът на всяка компания зависи от хората, които работят за нея, от техния професионализъм и визия за бъдещето. Днес, във все по-динамично променящата се среда, иновациите са абсолютно задължителни за растежа на нашата компания. Разработването и внедряването на чисти технологии и реализирането на мащабни инвестиции са в основата на стратегията за развитие на нашия завод. Ние сме убедени, че ролята на химията е да дава устойчиви отговори на предизвикателствата, с които се сблъсква нашата планета, и работим за това.

Заводът край Девня е **най-голямото предприятие в Европа за производство на синтетична калцинирана сода**

**Спирос Номикос,**  
изпълнителен директор:



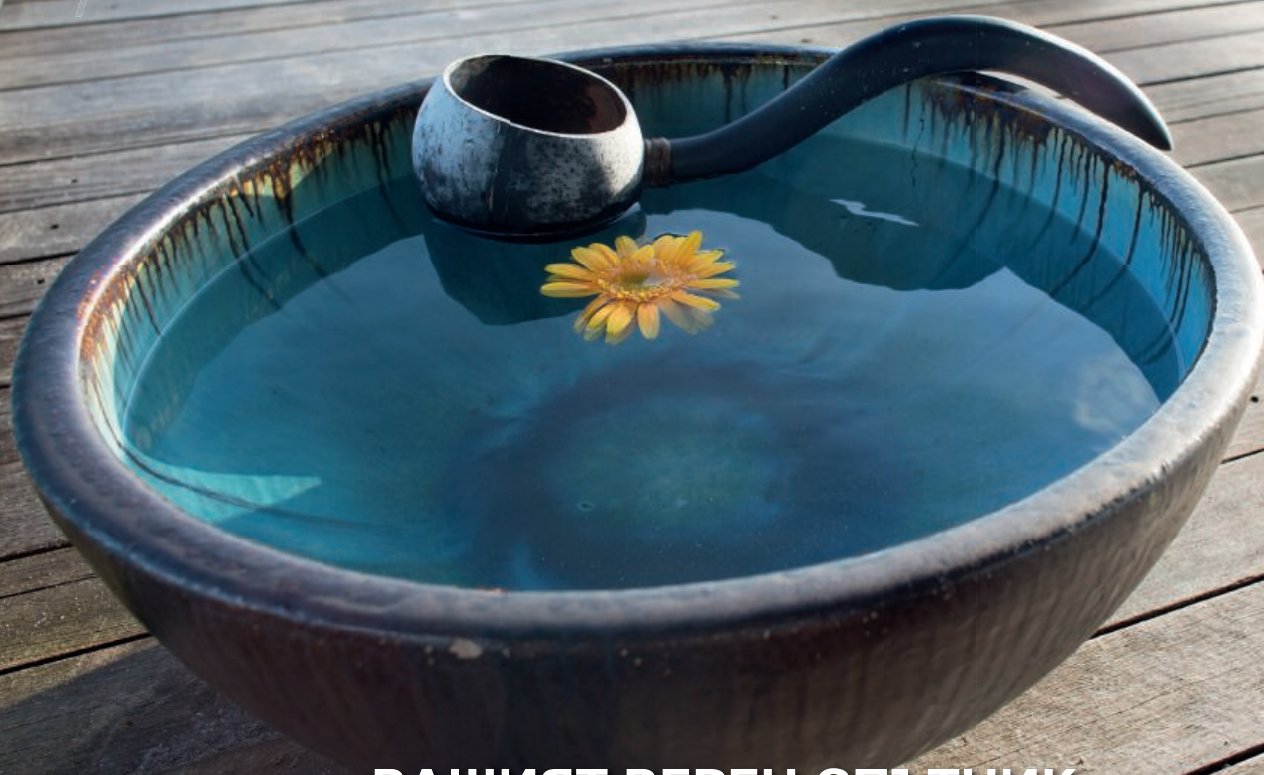
Ние сме горди, че сме химици и че сме част от Група „Солвей“. **Нашата цел е да осигурим устойчивото развитие на „Солвей Соди“.** В сътрудничество с другите компании на Група „Солвей“ работим за посрещане на предизвикателствата на бъдещето, свързани с превръщането на безопасността в ценност за всички служители на нашата компания, с повишаване на тяхната ангажираност, с намаляване на интензивността на въглеродния диоксид и със социални акции в името на обществото.







**КРЕДИТНИ КАРТИ  
DINERS CLUB INTERNATIONAL  
С ПРОМОЦИОНАЛНИ УСЛОВИЯ**



**ВАШИЯТ ВЕРЕН СПЪТНИК  
ПРИ ПЪТУВАНЕ И ЗАБАВЛЕНИЕ**



Пълните условия на продукта и промоцията можете да научите на [www.diners.bg](http://www.diners.bg), [www.fibank.bg](http://www.fibank.bg),  
\*bank (\*2265) или във всеки клон или офис на Fibank.





## Софарма Трейдинг АД

Централен офис

ул. „Лъчезар Станчев“ 5,

Софарма Бизнес Тауърс,  
сграда „А“, етаж 12

район Изгрев

1756 София

Кол център: 080012233

<http://www.sopharmatrading.bg>

**Софарма Трейдинг АД, част от групата Софарма, е водеща търговска компания в сектора на грижа за здравето.** В периода 2009-2016 г. Софарма Трейдинг е класирана на I-во място по приходи в сектор „Фармация“ на класацията К:100. През 2010 и 2011 г. е и носител на наградата „Лидер в сектор Фармация“.

Софарма Трейдинг е създадена през 2006 г. чрез интеграция на пет дистрибуторски фирми, като безспорно доказателство за успех на компанията е постоянното нарастване на приходите и печалбата във всички 10 години на нейното съществуване.

Софарма Трейдинг е напълно интегриран доставчик на качествени и иновативни услуги в сектора на грижа за здравето. Компанията е доверен партньор на над 3000 аптеки, 200 болнични и лечебни заведения и над 400 български и международни фарма производители. **Портфолиото на Софарма Трейдинг включва над 13 000 артикула - лекарствени продукти, хранителни добавки, козметика, медицински консумативи.** Компанията предоставя и цялостни решения за болнични заведения в т.ч. медицинска апаратура и оборудване на лидери като General Electric и Carl Zeiss. През 2015 година Софарма Трейдинг стартира регионалната си експанзия извън България, навлизайки на сръбския пазар. През същата година компанията открива и първите собствени ритейл обекти на аптекен пазар под марката SOpharmacy.

**Димитър Димитров, изпълнителен директор:**

## Искаме да бъдем лидери, но и пионери

**Каква беше 2016 г. за Софарма Трейдинг? Кои постижения бихте отлчили?**

Изминалата 2016 г. беше поредната динамична и емоционална година за нас!

Динамична, защото Софарма Трейдинг отбеляза 10-ата си годишнина с петкратно увеличение на приходите и 22 пъти по-висока печалба, сравнено с далечната 2006-а, когато е основана компанията. Така изминалата година беше поредна десета, в която имаме ръст!

Емоционална, защото за повечето хора бизнесът може да е суха материя на цифри, но за нас Софарма Трейдинг е кауза и емоция! Ние искаме да бъдем лидери, но и пионери. Да бъдеш пръв означава не само да постигаш най-висок резултат, но и да си пред всички останали в идеите, иновациите, практиките!

Затова нашата стратегия се адаптира към най-новите световни тен-







денции в сектора - на консолидация, вертикална и хоризонтална интеграция. В глобален план границите между търговци на едро, търговци на дребно и производители са размити. Успешните компании прилагат интегрирани бизнес модели, които се определят от това какво иска пазарът, а основно конкурентно предимство има този, който развива разнообразни канали за достъп до крайния клиент. Затова през 2015 година ние навлязохме в нов сегмент на българския пазар - аптечния ритейл с концепцията ни SOfarmacy. Така ние си осигурихме стратегически важния достъп до потребителите и в същото време спазихме новаторския си подход към пазара, а именно прилагайки в SOfarmacy последните световни практики. Защото в Европа не е нещо ново това, че аптеките се превръщат в леснодостъпна входна точка на здравната система, но е ново за България. Със SOfarmacy си поставяме амбициозната цел да предизвикаме обновяване и либерализиране на целия подход към аптечния пазар. Говоря за осъвременяване както на регулациите, така и например на ролята на фармацевтите. Затова ние основахме SOfarmacy Academy, за да можем да надградим професионалните знания на фармацевтите с новостите в грижата за здравето, както и да развием умения за обслужване на всички нужди на пациентите.

И за да не звучи пристрастно какво означава SOfarmacy, миналата година след само шест месеца дейност, проведохме проучване сред потребителите как възприемат аптеките ни. Не мога да опиша емоцията, когато чуваме колко много пациентите харесват нашите аптеки, консултацията на фармацевтите, атмосферата - колкото и нескромно да звучи - всеки елемент на концепцията! Беше фантастично да получиш толкова положителна обратна връзка и

да бъде оценен денонощният труд на екипа, разработил SOfarmacy.

Ако трябва да отбележа друго постижение, което ни вдъхновяваше през 2016 година, това е нашата регионална експанзия. През 2015 г. навлязохме на сръбския пазар, а миналата година вече изпитахме радостта на първите успехи и продажби зад граница. Най-голямата емоция в Сърбия обаче тепърва ни предстои!

#### **Какви са резултатите, които успяхте да постигнете през изминалата година?**

През 2016 година достигнахме приходи в размер на 613 млн. лв., а печалбата ни преди данъци достигна 15 млн. лв. Както вече споменах, това са най-високите ни резултати, откакто съществува Софарма Трейдинг и повод за гордост, че успяхме през всички години да създаваме успешна стратегия, която неизменно да ни гарантира лидерско място в сектора.

#### **Как се развива аптечният модел SOfarmacy?**

Мога да кажа, че концепцията SOfarmacy се развива с типичната за нас динамика. В това отношение следваме няколко основни линии - различни формати на концепцията, постоянно обогатяване на портфолиото от продукти, разнообразие от здравни услуги и не на последно място, дигитално развитие.

Посрещнахме 2017 г. с откриването на първия обект от т.нар. експресен формат SOfarmacy. Особеното е, че той е разположен на по-малка площ, която обаче събира портфолио, което клиентите очакват да намерят. Тепърва ни предстои да откриваме още експресни обекти в сътрудничество с наши партньори от ритейл сектора - с хранителни





продукти.

Много важна част от стратегията ни да бъдем пионери в сектора е да предлагаме ексклузивни продукти, които ги има само в аптеки SOpharmacy. Затова в началото на тази година представихме първата линия продукти с наш собствен бранд. SOpharmacy Essentials е линия за ежедневна грижа, селектирана с много внимание, така че да съчетава красив дизайн и високо качество. Но това е само началото, в бъдеще подготвяме още много изненади за нашите клиенти!

Друга иновация за аптечен пазар са здравните услуги и консултации, с които искаме да наложим програмите за превенция на здравето. Целта ни е постоянно да предлагаме нещо ново за клиентите, като годишният календар е пълен с разнообразни услуги - здравословно управление на теллото, дермоанализ, измерване на костна плътност и много други.

Оставих за накрая дигиталното развитие, но то за мен е наш първи приоритет! Днешният свят неминуемо изисква всяка компания да бъде дигитално ориентирана, независимо в кой сектор оперира. Във фарма бранша това е сфера, която има огромен потенциал. Амбицията ни, след придобиването в края на 2015 г. на Farma.bg, е да изградим един комплексен канал, съчетаващ предимствата на физическите аптеки SOpharmacy и онлайн аптеката. Като първа стъпка през февруари двата бранда стартираха съвместни търговски активности. Така през своя таблет, телефон или компютър потребителите могат да се възползват от

много и атрактивни промоционални предложения на SOpharmacy. Дигиталното развитие е тема с продължение, върху която работим фокусно и уверявам ви, до края на 2017 г. ще има още много изненади!

#### Колко обекта работят под бранда и планират ли отварянето на нови обекти, и къде?

Към момента работят 16 аптеки SOpharmacy - засега в София, Пловдив, Бургас и Кюстендил. В началото на март обявихме намерение за придобиване дейността на аптеки ФармаСтор. Така че ако плановете за сделката се реализират, обектите, обединени под марката SOpharmacy, ще се удвоят. Стратегията ни е да развием SOpharmacy на национално ниво.

#### Какви са бъдещите ви планове за развитие на Софарма Трейдинг в краткосрочен и дългосрочен план?

Аз много пъти съм заявявал, че амбициозният характер не ни позволява да следваме плавния органичен растеж. Затова в бъдеще ние ще разчитаме на експанзия както на национално, така и на регионално ниво. А какво точно ще се случи, ще се разбере съвсем скоро, но не мога да обявя предварително конкретните ни планове, защото сме публична компания и спазваме стриктно изискванията на Българска фондова борса. Макар че виждам, че инвестиционната общност разбира големия потенциал на компанията, защото цената на акциите ни се повиши чувствително от началото на годината.







**Hilton**  
SOFIA



НАСЛАДЕТЕ СЕ НА НОВОТО МЕНЮ НА

# БАР „АРТИСТС“!

---

КУЛИНАРНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

СЕЛЕКЦИЯ ОТ КОКТЕЙЛИ

ОСВЕЖАВАЩИ НАПИТКИ



---

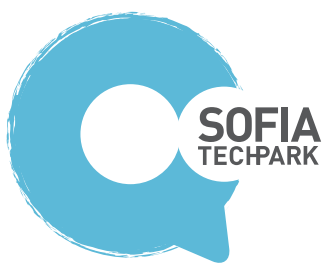
Тел.: 02 9335064

Имейл: [sofhi\\_fb@hilton.com](mailto:sofhi_fb@hilton.com)

instagram: [@hilton.sofia](https://www.instagram.com/hilton.sofia)

[www.facebook.com/hiltonsofia](https://www.facebook.com/hiltonsofia)





София Тех Парк

бул. „Цариградско шосе“

111 Б

София

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



## София Тех Парк - адресът на иновациите

„София Тех Парк“ АД е българско държавно дружество, чиято основна задача е да работи по изграждането на първия научно-технологичен парк в България и да подпомогне развитието на изследователския, иновационния и технологичен потенциал на страната. Целта на парка е да създаде устойчива среда, в която бизнесът, науката и образованието да постигнат синергия, която да доведе до създаването на нови процеси, услуги или стоки, които да бъдат конкурентоспособни на националните и световни пазари. Научно-технологичният парк бе открит през декември 2015 г. и постепенно започва да се утвърждава като място за подкрепа на предприемачеството, за развитие на научния потенциал и създаване на нови научни постижения, като място за представяне на високотехнологични решения и идеи. В рамките на изпълнение на проекта са изградени и функционират около 40 000 кв. м нови или реновирани сградни площи. Инфраструктурата се състои от бизнес Инкубатор, Лабораторен комплекс, иновационен форум „Джон Атанасов“, Музей/Експериментариум, спортен център и богато озеленена и функционална паркова среда.

Инкубаторът предлага офис площи за стартапи, които разработват иновативни продукти в трите основни фокусни области на научно-технологичния парк - информационни и телекомуникационни технологии, науки за живота и зелена енергия. Част от пространствата са предназначени за зрели компании, от които стартапите могат да черпят знания и опит, фондове, които инвестират в млади компании, предприемачески организации, които помагат за развитието на иновационната екосистема в България. Вече 30 компании, от които 25 стартапи, работят и развиват иновативни идеи в „София Тех Парк“. Членове на инкубатора са фирми за IT услуги, софтуерни иновации в животновъдството, в областта на сигурността, създават нови продукти, разработват нови материали. Техни партньори са утвърдени организации като мрежата за чисти технологии Cleantech, Microsoft Innovation Center, акселератора Eleven, мрежата за рискови инвеститори Tech Tour, Junior Achievement България. Стартиращите компании ще имат достъп и до услуги, които ще подпомагат тяхното развитие.

Научно-технологичният парк ще осигури на стартиращия и зрелия биз-







нес достъп и до последните научни постижения чрез Лабораторния комплекс, в който са изградени и оборудвани 11 високотехнологични модерни лабораторни звена. Лабораторният комплекс е създаден и функционира благодарение на партньорството на „София Тех Парк“ с водещи български учени от БАН, Софийския университет „Св. Климент Охридски“, Техническия университет - София. Лабораториите са специализирани в областта на биофармацевтиката, биоинформатиката, 3D прототипирането, високопроизводителната изчислителна техника, виртуалната реалност, интелигентните комуникационни системи и други научни

области.

Експериментариумът е предназначен за музей на иновациите и високите технологии. Тематиката на бъдещите експозиции ще е насочена към посетители от всички възрасти. Специално внимание ще бъде обърнато на децата, като за тях се планира да има отделна изложба, чрез която по забавен и интересен начин те ще могат да се докоснат до света на науката и технологиите. Децата ще могат да разглеждат и да взаимодействат с интерактивни експонати или да се включат в някоя работилница, лекция и демонстрация, ще могат да се запознаят с различните научни и технологични открития.

**Иновационният форум „Джон Атанасов“ е място за срещи и домакинства на различни събития, които да спомагат диалога между научната и бизнес общността. Той разполага със зали за провеждане на събития от различен мащаб. Само за година форумът се превърна в предпочитано място за организиране на конференции, форуми, изложения и други събития от национален и международен мащаб. През 2016 г. в залите на форума бяха проведени близо 60 събития с над 20 000 участници.**







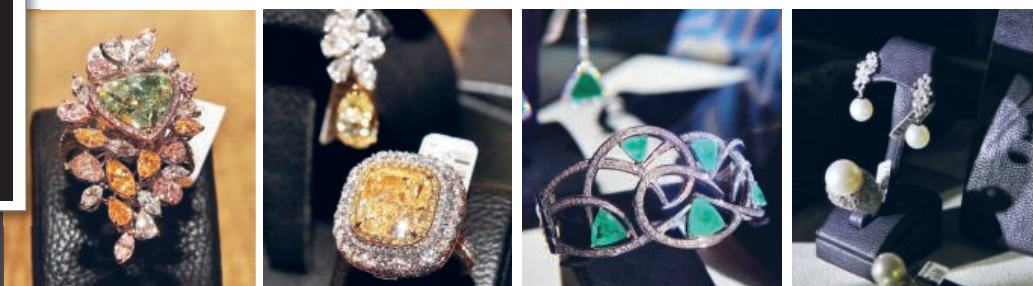
## Sea of Silver and Gold

пл. „Райко Даскалов“ 1  
1000 София

Е-мейл: [office@ssg.bg](mailto:office@ssg.bg)

Телефон: 02/980 94 90

<http://www.ssg.bg>



## Бижута с майсторство и стил

Sea of Silver and Gold е основана през 1994 г. и успява да се наложи с високото качество, въплътено в елегантност, майсторство и стил. В SSG освен висококачествени бижута, може да намерите също така и часовници, аксесоари и прибори от злато, сребро и платина с богато разнообразие от различни скъпоценни камъни.

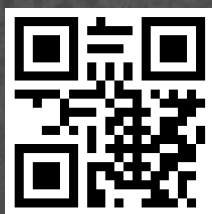
SSG е и един от основните вносители на диаманти за България. Фирмата предлага всички размери, шлифовки и цветове.

SSG предлага на клиентите си много бижута и часовници от дизайнерски клас, като успешно представлява едни от най-известните марки в световен мащаб. В магазините на SSG можете да се потопите в море от разнообразие - Magerit Joyas, Annamaria Cammilli, BARAKA, Cover, Eterna и много други.

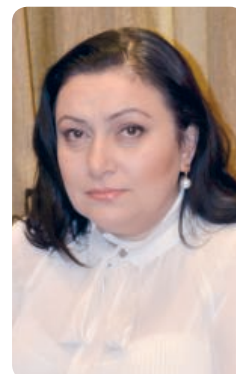
Фирмата разработва индивидуално за всеки клиент бижута-талисмани, които предпазват от негативни въздействия и привличат позитивни енергии. Това са изразителни, строго индивидуални бутикови бижута със светци, руни, молитви, монограми. Най-известните и харесвани са гривните за щастие, или т.нар. lucky bracelets - гривни с пожелания. Това са ръчно плетени гривни от копринени конци с различни златни или сребърни елементи.

Благодарение на дългогодишния си опит Sea of Silver and Gold може да изпълни всяко клиентско желание, като проектира и изработва бижута изцяло по идея на клиента.

Последната колекция черпи вдъхновение от великите жени - владетелки на нашите земи. Колекцията „Балканските владетелки - бижута и талисмани“ е изработена след задълбочени изследвания както на забугените в романтика и мистика владетелки, така и на техниките и материалите за изработка на бижута през различните исторически периоди. Репликите от злато, сребро и скъпоценни камъни са максимално близки до оригиналните бижута и могат да накарат всяка дама да се почувства истинска принцеса.



Мирела Ненчова е основател и управител на Sea of Silver and Gold. Родена на 26 юни и водена от чувствеността на зодията си, още малка тя усеща, че изкуството е нейната област. Именно затова, след като завършва 43-то СОУ в София, тя се записва в Текстилната гимназия, за да се запознае отблизо с техниките на приложните изкуства. След гимназията Мирела се записва в Богословския факултет на Софийския университет, където завършва специалност „Теология“. **От 1991 г. се занимава с бижутерия, където намира истинското си призвание.** И досега, вече близо 25 години, Мирела се е превърнала в безупречен специалист и доказан лидер в своята сфера.





# SEA OF SILVER & GOLD

*Love is magic!*



SEA OF SILVER & GOLD

**SSG**

[www.ssg.bg](http://www.ssg.bg)  SSG Jewelry





СТАРА ПЛАНИНА ХОЛД АД

Стара планина  
холд АД

ул. „Фр. Ж. Кюри“ 20,  
етаж 9

1113 София

[www.sphold.com](http://www.sphold.com)

## Стара планина холд - 20 успешни години

Стара планина холд АД е българска холдингова компания, която обединява производствени предприятия от областта на хидравличното машиностроене, производството на акумулатори, парфюмерията и козметиката, текстила и облеклото, а също и финансови компании. Годишните продажби на групата са над 180 млн. лв., като продукцията успешно се реализира в над 40 страни на 5 континента.

Консолидираната годишна печалба надминава 17 млн. лв.

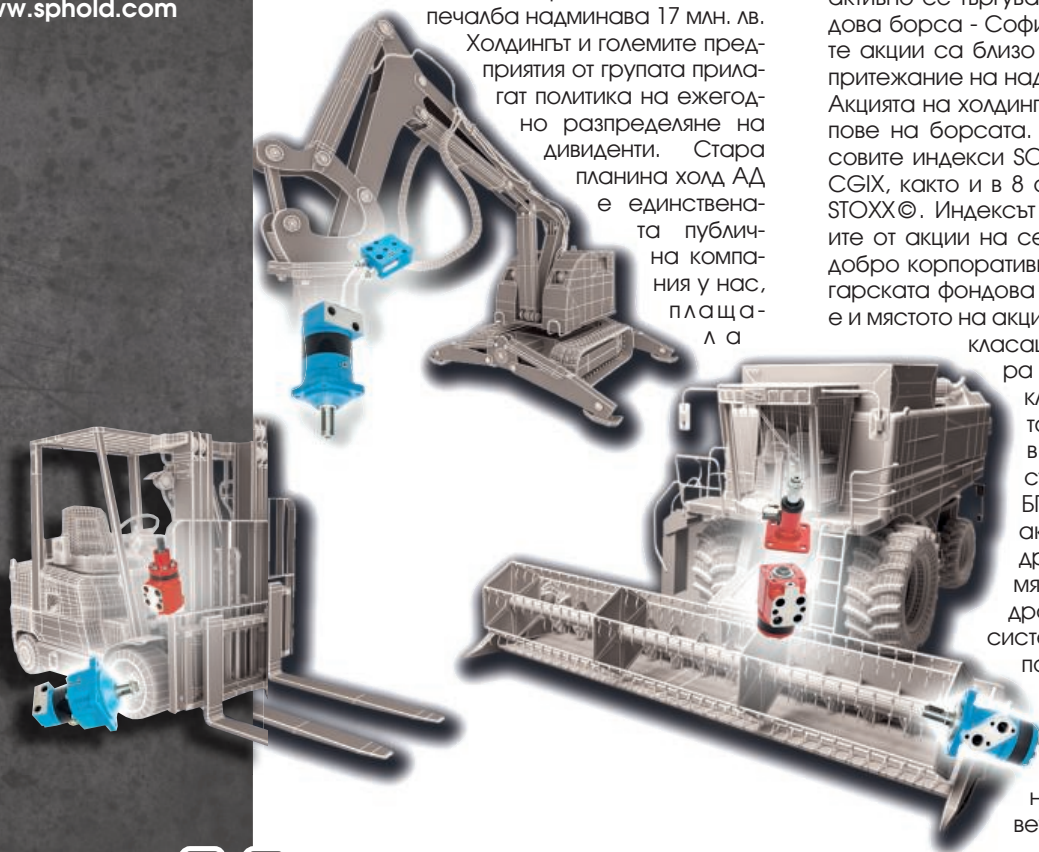
Холдингът и големите предприятия от групата прилагат политика на ежегодното разпределяне на дивиденди. Стара планина холд АД е единствената публична компания у нас, плаща

дивиденди всяка година от листването си през миналия век. За 19 финансови години дивидентите, разпределени за акционерите на холдинга и на неговите предприятия, са над 86 млн. лв.

Първоначалната инвестиция в акциите на Стара планина холд АД има дивидентно покритие 6,7 пъти, а стойността на инвестицията е нараснала 88 пъти.

Акциите на холдинга, които са 21 млн., активно се търгуват на Българската фондова борса - София. Свободнотъргуемите акции са близо 59% от капитала и са притежание на над 20 хиляди акционери. Акцията на холдинга е в групата сини чипове на борсата. Тя е включена в борсовите индекси SOFIX, BGTR30, BGBX40 и CGIX, както и в 8 от световните индекси STOXX®. Индексът CGIX включва емисиите от акции на седем компании с най-добро корпоративно управление на Българската фондова борса. Израз на това е и мястото на акцията в инвестиционните

класации - през 2017 г. Стара планина холд АД се класира на първо място в индекса „Доверие в мажоритарните собственици“ на Инвестор. БГ. В същата класация акцията на М+С Хидравлик АД е на трето място, а акцията на Хидравлични елементи и системи АД заема шеста позиция. В подреждането „Дългосрочна инвестиция до 2021 г.“ трите компании са класирани съответно на трето, четвърто и девето място.



“ Васил Велев, изпълнителен директор:

Стара планина холд АД ще продължи да управлява дъщерните си компании, като поставя високи цели в областта на качеството, производителността и рентабилността. Справедливото разпределение на добавената стойност в групата между работниците и служителите, акционерите и фиска е част от фирмената ни култура. През последната година ръстът на средната месечна работна заплата в предприятията от групата е 11%. През 2017 г. ще продължим своята активна инвестиционна политика, като очакваме с ръст от 75% инвестициите да достигнат 23 млн. лв. Планираните инвестиции в основната си част са за модернизирани производствените мощности, за иновации, както и за развитие на организационния капацитет и човешките ресурси в дружествата. Това е ключовият фактор за продължаващия успех.







Our products have a pH of 5.5 that matches the pH value of the skin and are never tested on animals. Reinstating yet again that beauty is after all, in our hands. For skin the way it's meant to be.

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



For skin the way it's meant to be



## СТОМАНА ИНДЪСТРИ АД

Централен офис  
ул. „Владайско въстание“ 1  
2304 Перник  
[www.stomana.bg](http://www.stomana.bg)



# Силата на стоманата

## ЕДНО ГОЛЯМО СЕМЕЙСТВО

СИДЕНОР ГРУП се състои от компании, които произвеждат, преработват и търгуват с продукти от стоманата. Групата е един от най-големите производители на стоманата на Балканския полуостров с водещи позиции в Европа. Като част от международната корпоративна структура на ВЮХАЛКО СТОМАНА ИНДЪСТРИ АД се превръща в един от европейските лидери в производството и търговията с висококачествени продукти от стоманата.

## ФИРМЕН ПРОФИЛ

Стоманодобивният завод на групата започва историята си на 5 ноември 1953 г. като металургичен комбинат „Ленин“, впоследствие името е променено на СТОМАНА ИНДЪСТРИ. През юни 2001 г. СИДЕНОР ГРУП придобива мажоритарния дял на СТОМАНА АД и поема управлението и цялостната експлоатация на компанията. Преходът към частния сектор е повратна точка

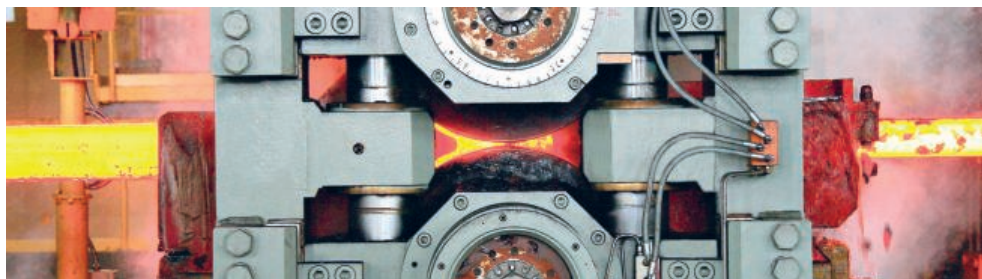
в историята на фирмата, която включва основен инвестиционен план от над 500 млн. евро, целящ модернизирването на производствените съоръжения и цялостна реконструкция на дружеството, която да позволи продукцията на компанията напълно да отговаря на широко приетите стандарти за качество, като EN, DIN, ASTM, JIS, BS, Lloyd's Register, Germanischer Lloyd и др.

## ЧОВЕШКИ РЕСУРСИ

СТОМАНА ИНДЪСТРИ разчита на уменията и усилията на своите служители, признавайки, че човешките ресурси са най-важни в бизнес сектора днес. Първостепенно за компанията е да привлича, усъвършенства и поддържа най-добрите си кадри, като осигурява тяхното професионално израстване и възнаграждава техния труд. Отделът за човешки ресурси постоянно разработва и прилага модерни административни модели, сред които оценка на дейността, базирана на способността и целите, постоянно обучение и връзка на възнаграждението с резултатите. Компанията насърчава образованието и обучението на своя персонал и осигурява възможността служителите да участват



Металургичното предприятие е европейски лидер в производството и търговията с висококачествени продукти от стоманата







Инвестициите в нови технологии, екология и човешки ресурси **дават шанс на компанията успешно да се конкурира** на европейския пазар



в различни семинари. Обучението покрива множество образователни предмети, сред които контрол на качеството, професионално здраве и безопасност, комуникация, финанси и счетоводство, продажби и маркетинг, развитие на техническите умения, чужди езици. СТОМАНА ИНДЪСТРИ постоянно си партнира с известни чуждестранни компании, които предлагат ноу-хау, образование в техническата и административната сфера, както и съвременни разработки в технологичния сектор и прилагането им в индустрията.

### СОЦИАЛНА АНГАЖИРАНОСТ

Като всяка модерна корпорация, СТОМАНА ИНДЪСТРИ АД е широко ангажирана в социалната сфера и е основен партньор в развитието на гр. Перник. Всяка година СТОМАНА ИНДЪСТРИ АД участва в реализацията на редица социални проекти на национално и местно ниво, съчетавайки корпоративните си ценности със стремежа да бъде в полза на обществото.

### ОПАЗВАНЕ НА ОКОЛНАТА СРЕДА

Запазването на околната среда е с висок приоритет за управлението на СТОМАНА ИНДЪСТРИ АД. Екологичните теми никога не са били предмет на компромис. Управляващите дружеството постоянно полагат усилия за подобряване културата на компанията по отношение опазването на околната среда при стриктно спазване изискванията на закона, международните стандарти и критерии, взимайки предвид и най-добрите практики на страните с високоразвита индустрия.

### ПОЛИТИКА ПО КАЧЕСТВОТО

Като производител с богата история и опит сме напълно наясно с факта, че нашето развитие и просперитет зависят от увереността и доверието на клиентите

във възможностите ни да надминем техните очаквания както по отношение на качеството, така и по отношение на условията на сроковете за доставка. Високото качество на нашите изделия се осигурява с помощта на съоръжения за безразрушителен контрол от напълно оборудваните лаборатории на СТОМАНА ИНДЪСТРИ АД. Помощ при разработването на нови продукти се осигурява от научноизследователския център на групово ниво в СИДЕНОР ГРУП, който се намира в гръцката столица Атина.

### КОНКУРЕНТЕН ИГРАЧ

Благодарение на нашите инвестиции в нови технологии, екология и персонал СТОМАНА ИНДЪСТРИ АД успява да отговори на пазарните очаквания и да бъде основен и конкурентен играч на Европейския пазар за висококачествени стомани, с широка гама от продукти, включително дебелолостова ламарина, сортов прокат, стоманени сфери и специални профили.







*Ана Дърк, мениджър „Продажби“ на офиса в София, получи заслужена награда от Брайън Дилейни и Джуди Морис*

## ServiceSource расте по-бързо от очакваното в София

От голямото откриване на нейния нов Център за доставка на приходи в сърцето на София, растежът на американската компания ServiceSource надхвърля очакванията. Компанията, която е глобален лидер в предоставянето на аутсорсинг бизнес услуги, свързани с успешно управление на приходите на своите клиенти, откри своя 11-и глобален офис през юни 2016 г. С негова помощ тя укрепва допълнително капацитета си да помага на компаниите по-ефективно и ефикасно да намират и привличат клиенти, да растат и да запазват бизнес отношенията си с тях.

„Бяхме много развълнувани да доведем ServiceSource в София заради големия брой високообразовани и висококвалифицирани кадри, владеещи разнообразни езици. Настоящата траектория на развитие е страхотна“, заяви Брайън Дилейни, главен оперативен директор на ServiceSource.

По-малко от година след откриването на новия офис, компанията вече има 140 служители, с 40% повече от предварително очакваното. Със сформирания страхотен екип, оказващ подкрепа през всички етапи от жизнения цикъл на клиентите и работещ на 12 езика, центърът поддържа 9

глобални акаунта, включително такива на водещи софтуерни и хардуерни компании.

За да отпразнуват целия този вълнуващ напредък, г-н Дилейни и главният директор „Човешки ресурси“ на ServiceSource Джуди Морис се срещнаха със служителите, отбелязвайки заедно дебютното събитие на компанията в новия център. То събра всички служители на компанията в София, за да оцени и награди техните индивидуални и екипни постижения през изминалата 2016 г. и да прехвърли набраната успешна инерция през новата 2017 г.

Компанията също така се обедини около нейните нови основни цели, които са свързани с 4-те принципа на работа, ключови за успеха на ServiceSource: растеж отвъд очакванията, радикална промяна на приходите, помощ за постигане на резултати и постигане на успехи като екип. В края на събитието служителите, местният мениджмънт и ръководните лица на компанията имаха възможност да се подкрепят с храни и напитки и да контактуват помежду си в по-неформална атмосфера.

„Това беше страхотен начин да отпразнуваме постигнатия напредък през 2016 г. Много сме развълнувани да видим всички начини, по които можем да продължим да се развиваме, успявайки да удовлетворим нуждите на клиентите ни и през 2017 г.“, заяви г-жа Морис.



Вълнуващо е да  
работим в София  
заради множеството  
високообразовани и  
висококвалифицирани  
кадри





# DAMN GOOD!



# DAMN GOOD!

*Red Devil*  
RED DEVIL CATERING



0 700 14 700



[WWW.REDDDEVILCATERING.COM](http://WWW.REDDDEVILCATERING.COM)



[OFFICE@REDDDEVILCATERING.COM](mailto:OFFICE@REDDDEVILCATERING.COM)



**TECHNOLOGY & BUSINESS SOLUTIONS**

CLOUD ENABLEMENT

CYBER SECURITY

SMART INFRASTRUCTURE

DATA CENTERS

ENTERPRISE & TELECOM NETWORKS



**TELELINK**

We transfer intelligence into networks

**PROFESSIONAL SERVICES**

PROJECT MANAGEMENT

TECHNICAL SUPPORT

MANAGED SERVICES

CYBER SECURITY

CONSULTING SERVICES





## УСПЕШНИ ХОРА – УСПЕШНА КОМПАНИЯ

### Как правим „Телелинк“ добро и желано място за работа

■ Чрез **стажантските ни програми** помагаме на студенти и ученици да се ориентират в избора им на технологии и подходяща специалност, инвестираме и в човешки капитал. Програмите са с различен фокус: комуникационни и мрежови технологии, Microsoft решения и др. Стажантите имат възможност да придобият технически познания и практически опит в реална бизнес среда в голяма динамична компания. Успешно завършилите вече са част от екипа ни.



■ **„Ние помагаме“** е група от служители на Телелинк - движеща сила на корпоративната ни социална отговорност. Чрез нея организираме участия в благотворителни каузи и доброволчески акции, помагаме на нуждаещи се хора при бедствия и аварии. Подкрепяме кампании, чиито цели са подобряването на качеството на живот на деца, възрастни хора или семейства в неравностойно положение. Събраните средства за дарения са изцяло от служители на „Телелинк“.

[www.telelink.com](http://www.telelink.com)



■ При нас е важно създаването на среда на предприемачество вътре в самата компания, за да могат хората да реализират идеите си в рамките на „Телелинк“. Анализираме **ангажираността на служителите** и работим екипно, за да направим организацията ни още по-добро място за работа. Служителите оценяват най-високо стабилността на фирмата, колегите си и екипния дух. Високо ценени са също и възможността да се взимат решения и придобиването на знания и опит.



# TeleTech®

TeleTech

Бизнес Парк София,  
сграда 3, ет. 3

1766 София

Телефон: +359 2 400 85 00

Факс: +359 2 400 85 02

[www.teletech.com](http://www.teletech.com)



## Щастливият потребител е това, което прави една компания успешна

Когато връзката на една компания с нейните потребители е основана на доверие и лекота в общуването, отношенията са по-дългосрочни и печеливши и за двете страни. Всъщност е много просто - щастливите потребители правят компаниите успешни.

И докато повечето компании осъзнават, че фокусът върху клиента е от решаващо значение, то много от тях изпитват затруднения с технологично несъвместими системи, информационни бази от неструктурирани данни, остарели процеси и повишаващи се разходи. Когато към тези предизвикателства се добавят и постоянно нарастващите очаквания на потребителите и тяхната неудовлетвореност от обслужването, което получават, резултатът е сериозно разминаване между това, което компаниите предлагат, и онова, което потребителите искат.

**Ние ви помагаме да обедините технологиите и човешките взаимоотношения, за да осигурите на своите**

**клиенти невероятното обслужване, което заслужават.**



Уменията да придават човешки облик на бизнеса е това, което разграничава компаниите една от друга и води до стабилен ръст. Със своя над 30-годишен опит, TeleTech е предпочитан партньор на глобалните бизнес лидери, защото ние знаем как да създадем изключително преживяване за потребителите, да повишим тяхната ангажираност и да осигурим устойчив растеж. Гордеем се, че обслужваме клиентите на някои от най-успешните компании в света. Ние им помагаме да управляват финансите си, да отстранят проблемите със своята интернет и кабелна връзка, да се запишат в различни здравни и уелнес програми и дори да проучат възможностите за закупуване на нов автомобил.

В Източна Европа TeleTech оперира в три центъра, разположени в София, Пловдив, както и в Скопие, Македония. Тук ние обслужваме потребители на 26 езика и постигаме трайни резултати за нашите международни клиенти, включително по-висока доходност и потребителска удовлетвореност.

*TeleTech (NASDAQ: TTEC) е водещ световен доставчик на решения в сферата на обслужването на клиенти, потребителската ангажираност и бизнес растежа. Основана през 1982 г., компанията помага на своите клиенти да изградят, запазят и развият дълготрайни и печеливши отношения със своите потребители. Прилагайки стратегии, технологии, процеси и операции с фокус върху клиента, TeleTech си партнира с глобалните лидери в сферата на маркетинга, продажбите и обслужването на клиенти, за да опрости и придаде човешки облик на бизнеса, използвайки всички комуникационни канали. Нашите 48 000 служители споделят корпоративни ценности, изцяло ориентирани към клиента, които ни водят в отношенията ни един с друг, с нашите клиенти и техните потребители. За да научите повече за TeleTech, посетете [www.teletech.com](http://www.teletech.com).*





PHILIP MORRIS  
BULGARIA FOOD

**„Филип Морис  
България“ ЕООД**

бул. „Никола Вапцаров“ 53А

1407 София

Тел.: +359 2 806 31 00 ;  
+359 2 806 31 01

Email:  
administration.PMBG@pmi.com

## Добър работодател и социално отговорна компания

„Филип Морис България“ ЕООД е част от „Филип Морис Интернешъъл“ (PMI), водещата международна компания в производството и разпространението на тютюневи изделия в света с над 150-годишна история. Шест от международните марки на PMI са сред първите 15 марки цигари, продавани в над 180 страни, включително Marlboro - марка номер едно в света. Компанията разполага с 48 производствени мощности в 32 държави, като повече от 150 милиона потребители по света избират нейните продукти. Но визията на компанията не свършва дотук.

От повече от десетилетие PMI е посветена на идеята да осъществи безпрецедентна промяна в историята на компанията, като замени цигарите с бездимни продукти. Именно с тази цел над 400 учени, инженери и експерти в различни области от двата развойни центъра на компанията в Швейцария и Сингапур разработват нови продукти, които да се превърнат в по-малко вредна алтернатива на цигарите.

PMI изгражда бъдещето си върху бездимните продукти - едно бъдеще, в което цигарите ще бъдат заменени от богат асортимент революционни продукти. Това е правилното решение за потребителите, за компанията, за нейните акционери и за обществото като цяло. PMI заявява твърдо своя ангажимент да разработва и предлага на пазара продукти с намален риск (Reduced-Risk

Products - „RRPs“) - продукти, които имат потенциал за намален индивидуален риск и риск за населението като цяло в сравнение с риска от цигарите. Целта е един ден вредата от цигарите да бъде премахната, което е приоритет в усилията на PMI за постигане на устойчивост.

Дългосрочната визия на PMI за бъдещето е да предложи на пълнолетните пушачи възможност да изберат алтернативи на тютюнопушенето, които са по-малко вредни и същевременно осигуряват същото удовлетворение. Успехът на PMI в производството и разпространението на традиционните тютюневи изделия и наличието на повече от 80 000 служители във всяка точка по света дават на компанията увереността и ресурсите да преследва своята амбициозна визия.

PMI също така държи да се развива непрестанно като добър работодател и социално отговор-

на компания. Компанията се гордее с програмите си за корпоративна социална отговорност, които ефективно допринасят за изпълнението на Целите за устойчиво развитие на ООН. Благотворителните програми на PMI, осъществявани по целия свят, включват инвестиции в развитието на общностите там, където



PMI е посветена на идеята да осъществи безпрецедентна промяна в историята на компанията, като замени цигарите с бездимни продукти





**CHANGE VIEW.  
VIEW CHANGE.**



PHILIP MORRIS BULGARIA EOOD







работят и живеят нейните служители, и в районите, където се отглежда тютюн. Програмите са насочени към подобряване на достъпа до образование, създаване на икономически възможности и насърчаване на предприемачеството в тези общности, както и към осигуряване на помощ при бедствия и хуманитарни кризи.

PMI е и компания с отговорно отношение към околната среда. В резултат на драстичния напредък в тази насока, днес компанията е сред водещите фирми за бързооборотни потребителски стоки по отношение на своя екологичен отпечатък. PMI получава признания от заинтересованите страни в обществото за съществения напредък при справяне със сложните социални и икономически проблеми в общностите, като се започне от това как PMI поддържа тютюна за производство на своите висококачествени продукти и се стигне до това как компанията произвежда и предлага своите продукти.

Днес за „Филип Морис България“ ЕООД работят близо 80 висококвалифицирани служители, които споделят ценностите и визията на PMI, ангажирани са с целите - и се гордеят с успехите й. „Филип Морис България“ не само поддържа стабилно присъствие в България през последните 10 години, като предлага асортимент от познати международни марки, но и активно работи по инициативи за устойчиво развитие в отдалечени и обезлюдяващи се райони на страната с основен поминък тютюнопроизводство. От 2015 г. насам „Филип Морис България“ се гордее със своята благотворителна програма, наречена „Забавно лято, грижовна есен“, чрез която осигурява подкрепа за деца и възрастни хора от няколко тютюнопроизводителни области в България. В рамките на едно от

направленията на проекта се създават възможности за деца от различни възрастови групи да подобрят способностите и мотивацията си за учене, да придобият умения и познания чрез участие в забавни образователни дейности през лятото, като по този начин се постига и превенция на детския труд в съответните общности. Вторият аспект на програмата е насочен към подобряване на здравния статус на възрастните хора в същите райони чрез предоставяне на специализирани медицински прегледи и консултации, така че бенефициентите да получат допълнително лечение и грижа при установяването на

необходимост. В съответствие с амбициозните дългосрочни цели на PMI за устойчиво развитие, „Филип Морис България“ ЕООД продължава своя ангажимент да доразвива и разширява програмата, с оглед постигане на Целите за устойчиво развитие на ООН.

Служителите на „Филип Морис България“ приеха с гордост и наградата за „Най-добър работодател“ за 2016 г. от организацията AON, благодарение на своите високи резултати по отношение на ангажираността и удовлетворението на персонала, както и за приемане на многообразието като част от организационната фирмена култура. И това не е всичко. След независима оценка от международната организация Top Employers Institute, про-

ведена в световен мащаб, компанията бе отличена в началото на 2017 г. със сертификат „Top Employer“ за своите отлични програми за развитие на служителите, за добри условия на работа и възможности за кариерно развитие.

Допълнителна информация за компанията можете да намерите на: [www.pmi.com](http://www.pmi.com) и [www.pmiscience.com](http://www.pmiscience.com)



От 2015 г. насам  
„Филип Морис  
България“ осигурява  
подкрепа за  
деца и възрастни  
хора от няколко  
тютюнопроизво-  
дителни области в  
България







## Винарска изба Four Friends

6053, с. Горно Ботево,  
община Стара Загора

Е-мейл: [office@fourfriends.bg](mailto:office@fourfriends.bg)

Търговски офис и  
склад на едро

бул. „Брюксел“ 1

София

Е-мейл: [sales@fourfriends.bg](mailto:sales@fourfriends.bg)

+359 89 554 10 36

Търговски представители

+359 893 39 16 16

+359 895 51 30 20



## Виното от приятели за приятели

Страстта към виното обединява четирима приятели с идеята да създадат своя собствена изба преди десетина години. „Първо опитахме да комасираме земя, но не успяхме в мащаб, в който ни се искаше. И в крайна сметка купихме готов проект до село Горно Ботево, Старозагорско“, разказва Иван Иванов, съсобственик на авиокомпания „КаргоЕр“ и столичния хотел „Вега“ и един от приятелите, създали избата. От миналата година те вече са не четирима, а петима: във виненото начинание участват още съдружникът на Иванов в „КаргоЕр“ Петър Ценков, популярен и като офроуд състезател с три участия в „Рали Дакар“, Андон Тушев, собственик на Тал Инженеринг, Ивайло Друмев, съсобственик на IT компанията „Абритес“ ООД, а отскоро в компанията е и Васил Терзиев, съосновател на софтуерната компания „Телерик“.

„Ние сме приятели и в живота, но виното успя да ни сплоти“, казва Иван Иванов.

Така през 2012 г. се появява първата реколта вина Four Friends. „Поддържането на добро качество/цена бе сред целите ни. Конкуренцията в България е голяма, затова искахме виното да е достъпно, но и да е наистина добро, за да бъдем честни към клиента“, казва Иван Иванов. По думите му, въпреки че всички съдружници са наясно, че това

е по-скоро проект-хоби, създаден за удоволствие, а не за печалба, все пак опитват да го превърнат в работещ бизнес, който да се самоиздържа.

Базовата серия Four Friends е предимно от купажи, но включва и чисто-







**Four Friends** се появява на родната сцена и веднага се отличава с

изключителния вкус на своите вина.

Винарска изба Four Friends разполага с над 40 хектара лозови насаждения в най-подходящия за отглеждане на грозде регион в България - Тракийската низина. Имението е сгушено в землището на с. Горно Ботево, източно от град Стара Загора.

**Първите лозови насаждения** от сортовете Мерло, Каберне Совиньон, Каберне Фран, Пти Вердо са засадени през 2006 година след внимателно проучване на терена, климата и почвените условия в региона.

**Още от 2010 година** всички лозови насаждения на избата са в плододаване, а гроздето се бере ръчно с особено внимание към гроздовете. Гроздовете се сортират на ръка, като само здравите и чисти гроздове поемат към винарната.



сортото мерло и каберне. „Серията е предназначена основно за търговската мрежа и при нея целим виното да е плодово и пивко. Литровата бутка дава една голяма чаша екстра и идеята е да можеш да я изпиеш, без да те затормозява“, казва Петър Илиев. По думите му брандът Four Friends е вече разпознаваем на пазара - и заради доброто

съотношение цена/качество, а и заради стила си.

Zitara е по-високият бранд на избата - едносортни вина, отлежавани в дъб до година. Серията включва две бели вина - бариково шардоне и свеж совиньон блан, който в реколта 2016 показва чудесна сортова изява. Розе Zitara е неколккратно награждаваният бестселър на серията - купаж от мурведър и гренаш, който и в реколта 2016 впечатлява с красив бледорозов цвят, аромати на червен плод и леко землисти, мъхести нотки, нежност, но и достатъчно дълбочина.

От същото лозе идва и гроздето за друго емблематично за избата вино - Zitara Мурведър. Избата е една от много малкото в България, която предлага чистосортни този интересен френски сорт.

Серията се допълва от сира и каберне фран. Сирата идва от лозе, близо до Хасково, и макар реколта 2015 да е още млада, тя е много коректно сортова, с хубаво нежно тяло. Каберне фран е от собствените лозя на Four Friends.

От миналата година избата има още един бранд, който не може да бъде пропуснат, защото е различен. Morgentau, както става ясно и от името, е инспириран от северната традиция и включва три вина: Ризлинг, Траминер и Едел, който е купаж от двете. Morgentau Ризлинг 2015 е добре балансирано вино с характерен нос на землисти тонове, мъх, кора на дърво, с доминиращи жълти плодове и умерена доза петролен тон.

В момента избата разширява и насажденията си с ново лозе от 100 дка, обмисля и идеята за собствена оранжерия.







Фрапорт Туин  
Стар Еърпорт  
Мениджмънт АД

[www.fraport-bulgaria.com](http://www.fraport-bulgaria.com)

[www.varna-airport.bg](http://www.varna-airport.bg)

[www.burgas-airport.bg](http://www.burgas-airport.bg)

## Продължаваме да развиваме морските летища така, че повече самолети да кацат във Варна и Бургас целогодишно

През 2016 година „Фрапорт Туин Стар Еърпорт Мениджмънт“ АД отбеляза своето първо десетилетие на успешна концесия на летище Бургас и летище Варна. Годината беше рекордна по брой обслужени пътници, повече от 4,57 милиона пътници общо за двете летища, което е исторически рекорд от 22% ръст.

През първите 10 години от концесията усилията на компанията бяха насочени към подобряване на инфраструктурата на летище Варна и летище Бургас. В резултат на това днес морските летища разполагат с нови модерни пътнически терминали, обновена инфраструктура, компютърни системи и комуникации.

Голямата цел на оператора на двете летища за следващите години е повишаване на трафика през пролетта, есента и зимата. „Фрапорт Туин Стар Еърпорт Мениджмънт“ АД също следва и своята нова авиационна маркетингова стратегия „Twin Star to Five“, която има за цел да засили трафика извън сезона чрез ангажиране на други основни страни на местно ниво като хотелиери, туроператори, общини, авиокомпани и летища.

Паралелно компанията работи и към създаването на Регионален фонд за развитие на въздушните връзки с цел удължаване на туристическия сезон. Идеята е фондът да бъде учреден първоначално от най-големите общини в Югоизточния регион (Несебър, Поморие, Бургас и Созопол), на които са разположени най-големите ваканционни комплекси в района, внасящи основната част от ежегодния туристически данък, събиран от общинските администрации.

Фондът може да обхване и Североизточния регион, първоначално от общините Варна, Балчик и Каварна, а след това в него да се включат и по-малките общини в региона и представители на местния бизнес. Учредяването на Регионалния фонд е от стратегическо значение за развитието на регионите около Бургас и Варна и ще допринесе дългосрочно за оформянето им в целогодишна и достъпна туристическа дестинация с устойчив икономически растеж.

Първите резултати от активната работа на оператора на морските летища вече са налице. Авиокомпани обявиха нови целогодишни линии. През месец юли Wizz Air ще базира свой самолет на летище Варна и ще открие нови целогодишни полети до Дортмунд и Мюнхен Меминген (Германия), Айндховен (Холандия), Ларнака (Кипър), Милано Бергамо (Италия) и Тел Авив (Израел). От 26 март Wizz Air ежедневно ще изпълнява и полети до София. Честотата на полетите по линията Варна - Лондон (Лутън) се увеличава на 10 полета седмично.

Другата добра новина е, че Ryanair и easyJet стартират полети за първи път от летище Варна. Ryanair ще добави Варна към своята мрежа от дестинации и ще свързва целогодишно региона с един от основните центрове на Европа за бизнес, политика и туризъм - Брюксел (Шарлероа). Полетите започват от 30 октомври и ще се изпълняват два пъти седмично.

easyJet стартира на летище Варна през летния сезон с две нови линии до Лондон (Гетуик) и Берлин (Шьонефелд). Полетите от Варна до Лондон (Гетуик) ще започнат на 6 юни и ще се извършват три пъти седмично през лятото. На 28 юни стартират и директните полети до немската столица Берлин два пъти седмично.



**Летищата разполагат с нови модерни пътнически терминали, обновена инфраструктура, компютърни системи и комуникации**







**ECONOMIC.BG**  
ИКОНОМИЧЕСКИЯТ ПОРТАЛ

**WWW.ECONOMIC.BG**





HUAWEI

Хуауей  
Технолоджис  
България ЕООД

бул. „Цариградско шосе“

115 Г, ет. 13

Мегапарк

1784 София

[www.huawei.com](http://www.huawei.com)



**Джейсън Лий**, генерален мениджър на  
Хуауей Технолоджис България ЕООД:

## Huawei предлага решения за умни и модерни български градове

**Г-н Лий, разкажете повече за дейността на Huawei и Хуауей Технолоджис България.**

Компанията ни е създадена през 1988 г. Тя е сравнително млада, но за тези едва 30 години отбелязваме много голям ръст. В момента имаме водеща позиция в света в сферата на телекомуникациите. Една трета от технологичните решения в света са на Huawei.

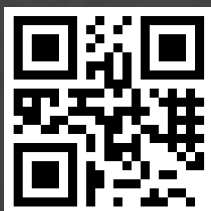
Имаме 180 000 служители и 80 000 от тях се занимават с изследвания и разработки (R&D). Една десета от приходите ни се влагат в R&D и сме сред 10-те компании в света, които най-много инвестират в нови разработки и иновации.

От 2000 г. присъстваме в Европа, а в България открихме своя офис през



2004 г., преди 13 години. Тук работим и с трите мобилни оператора. Имаме над 50% пазарен дял в страната. Започнахме първоначално с бизнеса ни за крайни клиенти, предлагайки нашите устройства, които са много предпочитани. Позиционираме се на второ място на пазара на устройства в страната.

През миналата година започнахме







## Хуауей Технолоджис България:

---

От влизането на Хуауей на българския пазар и през тринадесетте години развитие в България, **Хуауей сега е водещ доставчик на ИКТ решения чрез сътрудничеството със стратегически партньори.** Решенията, предлагани от Хуауей, не само улесняват живота на българите, но и едновременно с това реализират нашия стремеж да изпълним своите отговорности към бизнеса, обществото и гражданите.

---

активна дейност и с насоченост към публичния и корпоративния сектор, предлагайки решения за внедряване на концепцията за „Умни градове“ (Smart Cities). Сега е моментът да се работи в тази насока, а ние вярваме, че можем да допринесем за това хората в България да живеят в по-умни и модерни градове. Надяваме се до края на тази и в началото на следващата година да започнат няколко големи публични проекта в тази сфера, в които да се включим.

**България има амбициите да се превърне в дигитална столица на Европа. Вярвате ли, че страната ни има този потенциал?**

Тук съм вече 8 месеца и съм убеден, че България е отлично място за инвестиции. В страната има много хора с отлична подготовка и умения, наистина сте страна на таланти. Трябва обаче да имате и правилна и ясна стратегия за развитие. Убеден съм, че и гражданите, и администрацията имат желанието да развият градовете и да ги превърнат в по-добро място за живеене. България, като част от Европейския съюз, може да получи и сериозна европейска подкрепа, и има потенциала да се пре-

върне в център на ИТ индустрията в Европа.

**Много компании от ИКТ сектора инвестират в подготовка на кадри. Вие работите ли в тази насока?**

В сравнение с други държави, положението в България засега е добро. Имате отлично ниво на образование и трябва да имате повече вяра в собствените си таланти.

Huawei има собствена образователна програма - Seeds for the Future program, която се реализира и в България в последните две години. Всяка година десетима студенти от различни български университети провеждат обучения и тренинги в Китай и ще проведем тази програма и тази година.

Виждам промяната в България. Правим много интервюта с български специалисти, които учат и работят извън страната - в Германия, в САЩ. Те всички имат желание да се върнат и да работят в България. И вярвам, че заедно държавата, бизнесът и гражданите могат да направят така, че тези хора да имат тук подходящи условия, и те ще се върнат.

---

## Хуауей

---

Хуауей е глобален лидер при предоставянето на ИКТ решения. Чрез непрекъснатите иновации, основани на нуждите на клиентите, ние сме отдадени на предоставянето на най-добрия клиентски опит. Нашето оборудване за телеком мрежа, ИТ продукти и решения, както и смарт устройствата ни се използват в над 170 държави и региони из целия свят.

---





Хювефарма ЕООД

ул. „Николай Хайтов“ 3<sup>а</sup>

1113 София

Тел.: + 359 2 862 5331

Факс: + 359 2 862 5334

sales@huvepharma.com

www.huvepharma.com



## Хювефарма - успех на глобално ниво

Хювефарма е глобална фармацевтична компания с дългогодишен опит и традиции в разработката, производството и продажбите на продукти за ветеринарната и хуманната медицина.

Хювефарма се разраства през годините вследствие на активна вътрешна експанзия и редица стратегически придобивания. Ефективната структура, съчетана с приноса и отдадеността на висококвалифицирани и опитни специалисти в областта на научната и развойната дейност, в производството, регулаторната сфера, маркетинга и продажбите, позволяват

на компанията да предлага конкурентни и изгодни решения на своите партньори. Отличното познаване на нуждите на клиентите и философията на Хювефарма за предлагане на продукция с безкомпромисно качество са ключови предпоставки за нейния постоянен растеж.

Хювефарма разполага с производствени мощности и организации за маркетинг и продажби в ключови региони по света. Чрез развита мрежа за директни продажби и дистрибуции Хювефарма реализира своите продукти в близо 100 държави като търговските ѝ офиси осъществяват директна връзка с всеки клиент.

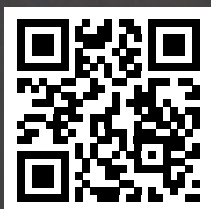
Хювефарма разполага със собствени фирми и представителства в България, Белгия, Полша, САЩ, Китай, Тайван, Тайланд, Русия, Индия, Бразилия, Турция, Мексико, Япония. Хювефарма управлява производствени компании в различни страни от Европа и отвъд континента. Заводите в България, Италия и САЩ реализират своята продукция на глобалния пазар, а тези в Турция и Индия произвеждат за местните пазари.

Зад тези производства стои дълга история, традиции и специализиран опит. Придобиването на нау-хау и експертиза във ферментационното производство води началото си през 50-те години на миналия век със стартиране на производствата в Пещера, Разград и Ботевград. Днес тези заводи са обект на непрестанно разширяване и модернизация. Реализират се мащабни инвестиции в последно поколение техника и оборудване.

Внедрените системи за качество и голямият брой международни сертификати са в основата на производство на качествени продукти на световно ниво.



Чрез развита мрежа за директни продажби и дистрибуции Хювефарма реализира своите продукти в близо 100 държави по света







## Интернационалният управленски екип на Хювефарма има ключова роля в успеха на компанията на международните пазари

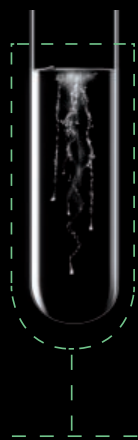


Интернационалният управленски екип на Хювефарма има ключова роля в успеха на компанията на международните пазари. През 2016 г. Хювефарма закупи активи на фармацевтичния гигант Зоетис под формата на продуктови брандове, регистрации и производствени площадки в САЩ. Компанията придоби от световноизвестния концерн Санофи завод за производство на активни фармацевтични субстанции в Италия и създаде офиси в Мексико и Япония. Така компанията разшири своето глобално присъствие и гъвкавост с цел да отговори на пазарните промени и изисквания. Развиването на мултифункционално производство позволява предлагането на впечатляващо продуктово портфолио с регистрации по целия свят.

Хювефарма проявява социална ангажираност в различни обществени сфери и подкрепя активно редица проекти и дейности в здравеопазването и спорта.

Компанията участва активно на международни изложения, промотира продуктите си чрез организиране на кампании и семинари, рекламира в международни специализирани медии.

Хювефарма си е поставила мащабни дългосрочни цели за постигане на глобално лидерство при ветеринарномедицинските продукти, ензими, пробиотици, коксидиостатици и ваксини, предлагайки на своите клиенти по света продукти от най-високо качество.



**ХЮВЕФАРМА** е водещ производител на ветеринарни продукти и активни фармацевтични субстанции, ензими и ензимни комплекси за храни и фуражи, пълен спектър от коксидиостатици, ваксини и фуражни добавки.





**CEZ GROUP**

**„ЧЕЗ Трейд  
България“ ЕАД**

пл. „Позитано“ 2,  
ет. 7, офис 7

1000 София

<http://www.cez-trade.bg/>



## ЧЕЗ Трейд - лидер по рождение

„ЧЕЗ Трейд България“ ЕАД е първият лицензиран търговец на електрическа енергия за крайни клиенти в България. Компанията е 100% собственост на ЧЕЗ, а.с., Прага. За последните 11 години фирмата успя да се изгради, развие и утвърди като ключов играч в българския енергиен сектор, който свързва производството и потреблението по ефективен и иновативен начин. ЧЕЗ Трейд е координатор на най-голямата балансираща група в

страната. Компанията е водещ доставчик за индустрията. Тя предлага цялостни решения за бизнес клиентите и изключително ниво на обслужване. Компанията отчита силен ръст на приходите си от 48% през 2015 г. спрямо 2014 г., а на печалбата - с 45%. В основата на постиженията на фирмата стои екипът - мотивирани специалисти и мениджъри, които доказват, че човек може да се развива и да гради успешна кариера в България.

## Единствената българска компания, носител на Investors in People - злато

ЧЕЗ Трейд е първата компания от България, която е носител на международния

стандарт Investors in People - злато, който се предоставя от Британската комисия по заетостта и уменията. За да го получи, компанията покри 186 от 195 изискуеми критерии в 9 ключови области. В света само 4% от компаниите, преминали през стандар-



**INVESTORS  
IN PEOPLE | Gold**

та, отговарят на най-високото златно ниво. То гарантира, че организацията притежава

общи цели и визии за всички служители, ролите и отговорностите са ясно дефинирани и се спазват, комуникациите са ефективни, а служителите са мотивирани и разполагат с експертни знания и умения, които са готови да споделят и усъвършенстват.



**Владимир Дичев**, изпълнителен директор на „ЧЕЗ Трейд България“ ЕАД:

## В основата на нашия успех са професионализмът и доверието

**Г-н Дичев, как се става лидер на един проходящ пазар?**

Започнахме първи и имахме предимството на първия по време - първия по право. Успяхме да изградим ядро от силни мениджъри, които следват единна визия и изповядват еднакви ценности. Около мениджърите продължихме да разширяваме ядрото от служители, така че бизнес културата на фирмата и желанието за успех да обхване цялата верига по хора по вертикала. За 11 години фирмата успя да се изгради, развие и утвърди като най-успешния търговец на свободен пазар, счупвайки всички рекорди по приходи и печалби в сравнение с останалите играчи. Непрекъснато се стремим да иновираме, да експериментираме с нови идеи, които на следваща фаза превръщаме в продукти и услуги за нашите клиенти и партньори.

**Каква е вашата мисия като ръководител на пазарен лидер?**

Развитието на бизнеса приемам като лична кауза и огромно предизвикателство. Моята мисия е да обединя хората във фирмата, да ги накарам да повярват в успеха и че могат да променят бизнес средата в България. Като видя искрата в очите на екипа, разбирам, че има надежда да се прави бизнес по коректен, модерен и иновативен начин.

**Какво прави компанията успешна?**

Нашият бизнес изисква непрекъснато да генерираш нови решения. В търговията се обработва и анализира огромен обем информация. Взимат се бързи решения, понякога за милиони левове. Съжителстваме с бизнес риска всеки ден. Когато екипът на фирмата е силен и сплотен и помежду ни има доверие, задачите се поемат според разпределението на ролите и отговорностите. Знае се, че ще бъдат изпълнени отговорно и навреме. Затова специално внимание отделяме на развитието на екипа. Компактна, бърза и гъвкава фирма сме - 30 човека. Следим общата картина, но знаем всеки един детайл как се вписва в главната визия и какво е взаимодействието между структурите.

**Какви са изискванията към вашите служители?**

На първо време те трябва непрекъснато да развиват своята специализация и умения. Застоят е недопустим. Тогава пазарът ще те изхвърли неминуемо - въпрос на време. Нашите мениджъри са



ролеви модел за хората. Водят чрез пример, оказват съдействие на място, работят рамо до рамо с екипа. Това създава здравословна атмосфера на увереност и спокойствие във фирмата, че има кой да те подкрепи в най-трудните моменти. В резултат фирмата се движи напред и преодолява успешно предизвикателствата в енергийния сектор.



Офисът на Upnetix е в  
Infinity Tower - една от топ  
бизнес сградите в София

upnetix

upnetix

Upnetix

бул. „България“ 69,  
етаж 16

1404 София

[www.upnetix.com](http://www.upnetix.com)



## Ниво нагоре в софтуерните иновации

Основахме Imperia Mobile през май 2015 г. и към момента имаме над 50 успешни софтуерни проекта за повече от 30 клиенти в България, Европа, Северна Америка и Близкия изток. Преди две години целта ни бе да създадем най-голямата и най-успешната компания за разработка на Native мобилни приложения. И го постигнахме - без компромиси. Само за няколко месеца от създаването на компанията видяхме огромен вакуум и в останалите сфери на дигиталната трансформация на бизнеса. Така се превърнахме в цялостен доставчик на специализирани софтуерни решения за корпоративния сектор и се появи наследникът на Imperia Mobile. Запознайте се с Upnetix!

### ТРАНСФОРМАЦИЯТА

В началото запълвахме ниша, но видяхме, че изискванията към българския бизнес са той да бъде достъпен отвсякъде и чрез всякакви устройства, за да улесни своите потребители максимално - независимо дали това са клиенти, партньори или служители. И именно тази нужда изиска от нас да станем успешни и в по-широк спектър от IT решения:

специализирани enterprise системи, уеб платформи, облачни решения и специализирани API.

Новият бранд „Upnetix“ ще продължава да се развива с този фокус - да предоставя на компаниите единствен партньор за софтуерна иновация, независимо от това дали става въпрос за вътрешна инициатива за автоматизация на процеси, или за по-нататъшно развитие на мобилния и уеб канал за комуникация с клиента.

### КАК ТАКА УСПЯХМЕ

Изключително горди сме с нивото на удовлетвореност на нашите клиенти: 100% от тях продължават да работят с нас по следващата фаза на проекта, 80% пренасочват други техни проекти към нас и винаги получаваме поне по 3 препоръки към техни партньори. Причините за това са две: висока ефективност на услугите и безкомпромисно качество на софтуерните решения. Интегрирахме най-добрите практики, а също софтуерни инструменти и методологии в уникален agile подход за доставка на софтуерни продукти и системи. Това предостави на нашите клиенти значи-





## Радослав Гайдарски, изпълнителен директор:

Стартирахме с амбицията да станем най-голямото студио за мобилни разработки в България. След като го постигнахме, продължаваме да растем напред като Urnetix. Днес нашата мисия е да помагаме на компаниите да превърнат софтуерната иновация в конкурентно предимство чрез технологичната ни експертиза и индивидуални решения.



Създателите на Urnetix (от ляво надясно): Радослав Гайдарски (изпълнителен директор), Добро-слав Димитров и Мони Дочев

телна оптимизация на разходите за разработка и дава възможност за тяхното фокусиране върху реализирането на бизнес функционалност. Установихме стопроцентов product ownership менталитет сред нашите проектни ръководители и софтуерни инженери. Така положихме основата на една компания, предоставяща най-доброто от двете основни направления в софтуерния бизнес: технологична иновация чрез софтуерни услуги и ниво на качество, характерно само за продуктите софтуерни компании. Благодарение на тази комбинация вече сме спечелили доверието на глобални компании и български пазарни лидери от различни индустрии, включително телекомуникации, финансови услуги, здравеопазване, лека промишленост и градска мобилност.

### ЕКИПЪТ

Успеха си дължим на екипа, който изградихме и който продължаваме да разрастваме. Днес той се състои от близо 100 професионалисти. Работим с хора във всякакви възрасти и професионален опит. Общото между тях са амбицията, интелектът и отношението към работата - всички софтуерни специалисти възприемат проектите с отговорност и усещане за собственост. Развиваме младите хора и помагаме за преквалифицирането на експерти от други сектори. В екипа си имаме лекар, военен, финансов експерт и

авиоинженер. Работим с IT академиите, като IT Talents Training Camp, от които наемаме софтуерни инженери. Вярваме в изграждането на потенциала в България и възможността да дадем шанс за развитие на всички, които имат умения и желание. Безкористно инвестираме в развитието и шлифоването на IT специалистите, като успяхме да редуцираме неколккратно обичайното време и усилия, които са необходими на софтуерна компания, за да създаде напълно самостоятелен софтуерен инженер.

### КАКВО СЛЕДВА

За много компании успехът се измерва с растеж. Завършихме 2016 г. с оборот от близо 2 млн. лева. През 2017-а планираме разрастване с около 60 човека и очакваме оборотът ни да се удвои до 4-5 млн. лева. В следващите 2-3 години ще отворим и офиси в Западна Европа, САЩ и Близкия изток. Но за нас най-важният критерий за успех е разширяването на портфолиото и диверсификацията на услугите. Опитомяваме внимателно селектирани emerging технологии и изграждаме модели за тяхното практически предлагане на нашите клиенти. В момента нашите R&D лаборатории и маркетинг експерти работят в направления като Augmented Reality и Virtual Reality, за да предложат на бизнеса реален модел за извличане на бизнес стойност от тях. Stay Tuned!



|                                   |               |                                   |       |
|-----------------------------------|---------------|-----------------------------------|-------|
| TURKISH AIRLINES.....             | 2-3           | ALLURE .....                      | 57    |
| МОТО-ПФОЕ.....                    | 5, 29, 45, 83 | GEOTRADING .....                  | 58-59 |
| АБРИТЕС .....                     | 8-9           | ДЕНТАЛНА КЛИНИКА ADM.....         | 60-61 |
| AVENIR CERAMICS.....              | 10-11         | ДЖЕНЕРАЛИ ЗАСТРАХОВАНЕ .....      | 62-63 |
| AGRESSIA .....                    | 12-13         | ECO GLOBE .....                   | 64-65 |
| АГРИОН.....                       | 14-15         | ЕКОПАК БЪЛГАРИЯ.....              | 67    |
| АГРОМАХ .....                     | 16-17         | EUROPROPERTY.....                 | 68-69 |
| ALADIN FOODS.....                 | 18-19         | ЕНЕРДЖИ СЪПЛАЙ .....              | 70-71 |
| АЛИАНС ПРИНТ.....                 | 20            | EVN.....                          | 72    |
| АЛКОМЕТ.....                      | 22-23         | ELITE TRAVEL INTERNATIONAL.....   | 73    |
| АЛТЪНБАШ .....                    | 24-25         | ЗАГОРКА .....                     | 74-75 |
| APRA PORTER NOVELLI.....          | 27            | ЗОРА .....                        | 76    |
| АСТРАЗЕНЕКА БЪЛГАРИЯ.....         | 28            | GALAXY INVESTMENT GROUP .....     | 77    |
| АУРУБИС .....                     | 30-32         | CASINO TECHNOLOGY .....           | 78    |
| VILLA БЪЛГАРИЯ .....              | 34-35         | IUVO GROUP .....                  | 79    |
| БИОВЕТ .....                      | 36-37         | КАРГО-ПАРТНЕР.....                | 80-81 |
| БМФ ПОРТ БУРГАС .....             | 38-39         | КАУФЛАНД БЪЛГАРИЯ.....            | 82    |
| БРАНД МЕДИЯ БЪЛГАРИЯ.....         | 40-41         | ЛАКТИМА .....                     | 84-85 |
| BRIDAL FASHION.....               | 42            | ЛЕКС ГРУП.....                    | 86-87 |
| AIS BROKER JSC .....              | 43            | ЛИДЛ БЪЛГАРИЯ.....                | 88-89 |
| VMWARE.....                       | 44            | IS AUTO .....                     | 90    |
| VIVACOM.....                      | 46-47         | LUCKY BANSKO .....                | 91    |
| VISA .....                        | 48-49         | ЛИРЕКС .....                      | 93    |
| ВУЗФ .....                        | 50-51         | МиБМ ЕКСПРЕС .....                | 94    |
| GARANTI KOZA.....                 | 52-53         | MINKOV BROTHERS WINE CELLAR ..... | 95    |
| ГРУПА ТЕХНОЛОГИЯ НА МЕТАЛИТЕ..... | 54            | MDL & DELTA HANDEL.....           | 96-97 |
| BULATSA.....                      | 55            | MELLINI .....                     | 98    |
| ГУДМИЛС БЪЛГАРИЯ.....             | 56            | УАЙНБОКС.....                     | 99    |



|                                 |         |  |         |
|---------------------------------|---------|--|---------|
| МЕТРОРЕКЛАМА .....              | 100-101 | РУБЕЛЛА БЮТИ .....                         | 138-139 |
| MIELE БЪЛГАРИЯ .....            | 102-103 | СВИЛОЗА .....                              | 140-141 |
| МИНСТРОЙ ХОЛДИНГ .....          | 104-105 | СОЛВЕЙ СОДИ .....                          | 142     |
| МИХАЛКОВО .....                 | 106     | FIBANK .....                               | 143     |
| ESTE RESTAURANT .....           | 107     | СОФАРМА ТРЕЙДИНГ .....                     | 144-146 |
| МОНБАТ .....                    | 108-110 | HILTON .....                               | 147     |
| ФАКТОР .....                    | 111     | СОФИЯ ТЕХ ПАРК .....                       | 148-149 |
| МУЛТИВАК БЪЛГАРИЯ .....         | 112-113 | SEA OF SILVER AND GOLD .....               | 150-151 |
| КАФЕ-СЛАДКАРНИЦИ „НЕДЕЛЯ“ ..... | 114     | СТАРА ПЛАНИНА ХОЛД .....                   | 152     |
| РАЙФАЙЗЕН БАНК .....            | 115     | SEBAMED .....                              | 153     |
| НИС ПЕТРОЛ .....                | 116     | СТОМАНА ИНДЪСТРИ .....                     | 154-155 |
| ОВАГИ MEDICAL .....             | 117     | СЪРВИССОРС ИНТЕРНЕТЪНЪЛ БЪЛГАРИЯ .....     | 156     |
| НОРД ХОЛДИНГ .....              | 118-119 | RED DEVIL CATERING .....                   | 157     |
| ОГНЯНОВО К .....                | 120-121 | TELELINK .....                             | 158-159 |
| ПОД-БЪДЕЩЕ .....                | 122     | TELETECH .....                             | 160     |
| СИТРОËН .....                   | 123     | ФИЛИП МОРИС БЪЛГАРИЯ .....                 | 161-163 |
| ПАРАХОДСТВО БМФ .....           | 124-125 | FOUR FRIENDS .....                         | 164-165 |
| ПОБЕДА .....                    | 126     | ФРАПОРТ ТУИН СТАР ЕЪРПОРТ МЕНИДЖМЪНТ ..... | 166     |
| RIGHT RENTAL .....              | 127     | ХУАУЕЙ ТЕХНОЛОДЖИС БЪЛГАРИЯ .....          | 168-169 |
| ПОРШЕ БГ .....                  | 128-131 | ХЮВЕФАРМА .....                            | 170-171 |
| ПОЩЕНСКА БАНКА .....            | 132-133 | ЧЕЗ ТРЕЙД БЪЛГАРИЯ .....                   | 172-173 |
| ПРЕСТИЖ-96 .....                | 134-135 | UPNETIX .....                              | 174-175 |
| ПЪТИЩА ПЛОВДИВ .....            | 136-137 | ESTE FITNES & SPA .....                    | 178-179 |

Сп. Икономика / Успешните компании / София 2017

Издател: **Медия Икономика България ООД**

Изпълнителен директор: **Боян Томов**

Главен редактор: **Невена Мирчева**

Редакционен екип: **Александра Сотирова, Божидара Иванова, Венцислав Генков, Георги Желязков, Татяна Явашева**; Дизайн и предпечат: **Антон Ковачев, Едуард Лулов**

Маркетинг и реклама: **Калин Константинов, konstantinov@economic.bg**; Печат: **Алианс Принт**



#BEAUTYZONE@ESTE



#LUXURY@ESTE



#RELAX@ESTE



#TOPCLASSFITNESS@ESTE



Магията на СПА...

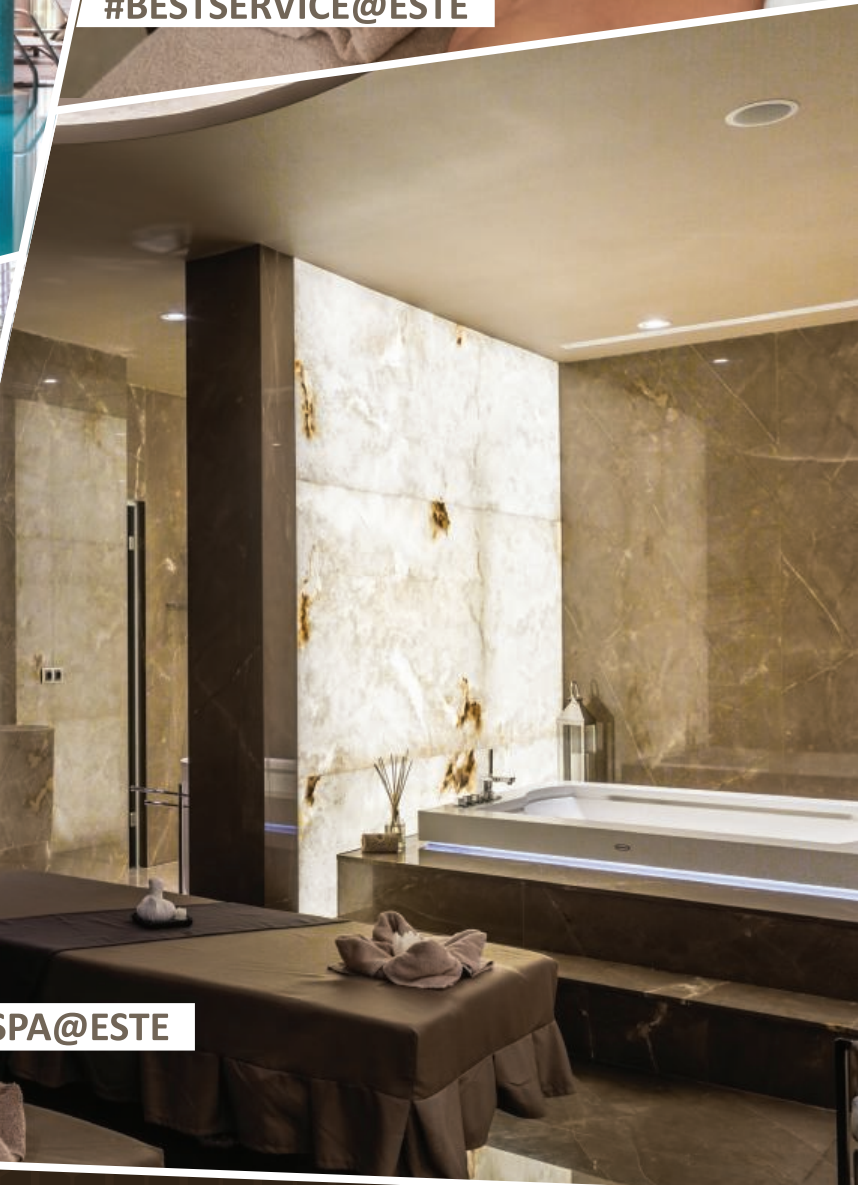




#BESTSERVICE@ESTE



#5 ★ SPA@ESTE



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

С номинация  
**Най-добър  
СПА център**  
за 2017 година





# СТАРА ПЛАНИНА ХОЛД АД



**20 УСПЕШНИ ГОДИНИ!**

[www.sphold.com](http://www.sphold.com)