



ГОДИНА II

бр.5 (13)

www.economymagazine.bg

Икономика

# Икономика

Брой 13 / май 2012 г. / цена 5 лв.

www.economymagazine.bg



Гледай  
безплатно новия  
филмов канал

**VIVACOM**  
ARENA

Нека да е  
лято!

Ароматното  
злато на  
България

Черен  
Петър в  
портфейла

Антъни Хасиотис:

## Износът е силата на България

**VIVACOM TV**  
Цифрова телевизия  
с перфектна картина и звук

от **490**  
лв./мес.

Офертата е за съществуващи клиенти на VIVACOM и е валидна до 31.05.2012 г. Промоционалната цена важи за първите 3/6 мес. при подписване на договор за 12/24 мес. на пакет Старт. След изтичането на този срок се прилагат стандартните цени на пакетите. 100% отстъпка от месечната цена на VIVACOM Arena е за период от 1 мес. След този период, при заявяване, цената е 1.90 лв./мес. за абонатите на пакети Старт и Стандарт. Всички цени са с ДДС. За повече информация [www.vivacom.bg](http://www.vivacom.bg).





„Смелостта да летиш се  
ражда от доверието в хората,  
които те подкрепят“  
Николай Павлов, пилот



## За нас е важно бъдещето на вашите спестявания

### Промоционални депозити

- ✓ сигурност и гъвкави условия
- ✓ възможност за промяна на валутата
- ✓ **промоционален лихвен бонус** за новооткрити депозити до **+1.11% в USD** и **+0.55% в EUR**





Списание „Икономика“  
София 1124,  
ул. „Музика“ 23  
Телефон: (02) 81 82 368  
e-mail: office@economymagazine.bg

ИЗДАТЕЛ  
„СТАНДАРТ ФИНАНС“ АД

ГЛАВЕН РЕДАКТОР  
НЕВЕНА МИРЧЕВА

СЪВЕТ НА ДИРЕКТОРИТЕ  
Славка Бозукова - председател  
Боян Томов  
Невена Мирчева

ИЗПЪЛНИТЕЛЕН ДИРЕКТОР  
Боян Томов

ФИНАНСОВ ДИРЕКТОР  
Жечка Гълъбова

ГЛАВЕН КОНСУЛТАНТ  
Александра Цветкова

ДИРЕКТОР РЕКЛАМА  
Даниела Николова

РЕДАКТОРИ  
Антон Антонов  
Петя Стоянова  
Татяна Явашева

АВТОРИ  
Ани Романова  
Александър Драйшу  
Благовеста Кирилова  
Ивайло Даскалов  
Красимира Минкова  
Люмил Захариев  
Миглена Красимирова  
Светлана Желева  
Таня Киркова  
Цветан Илков

ДИЗАЙН  
Едуард Лилов  
Антон Ковачев

ФОТО КОРИЦА  
Красимир Стоичков

ПЕЧАТ  
Алианс принт

РАЗПРОСТРАНЕНИЕ  
„Стандарт нюз“ АД

www.economymagazine.bg

## Темата

- 8 - Нека да е лято!
- 14 - Нели Сандалска:  
Традициите за почивка  
не са това, което бяха
- 16 - Александрина Тодорова:  
Планирайте рано,  
спестете пари
- 18 - Орlando Стефани: Планината  
е идеално място за  
незабравима лятна почивка

## Интервю

- 20 - Антъни Хасиотис: Износът  
е силата на България

## Анализ

- 28 - Депозитни схеми

## Инвестиции

- 30 - Златно време  
за среброто

## Партньорство

- 32 - Юрий Исаков:  
Сътрудничеството ни в  
ядрената енергетика  
ще продължи

## Секторен анализ

- 39 - Ароматното злато  
на България

## Занаят

- 43 - Генетичният код  
на един търговец

## Развитие

- 46 - Киселото грозде  
на клъстерите

## Еликсири

- 50 - Пламен  
Ангелов:  
„Вила  
Любимец“  
е синоним на  
съвършеното  
вино

## Пазар

- 52 - Черен Петър  
в портфейла

## Финанси

- 58 - Ефектът  
факторинг



## Портфейл

- 61 - Ивайло Йосифов:  
Сегашните здравни  
фондове трябва  
да се прелицензират в  
застрахователни  
дружества

## Перспективи

- 64 - Агродипломация

## Енергия

- 67 - В лабиринтите на шиста

## Иновации

- 70 - Умни мрежи -  
интелигентното бъдеще  
на енергетиката

## Тенденции

- 72 - В колелото на времето

## Финанси

- 74 - Горещи пари

## Ютилити

- 77 - Стоян Цветанов:  
Модернизацията е  
бъдещето на  
„Топлофикация“

## Тренд

- 80 - Борсова  
приказка

## Мрежата

- 82 - Новите  
завоеватели

## Маркетинг

- 85 - Жанет  
Найденова:  
Бизнесът  
върви към все  
по-голяма  
дигитализация





## Джаджи

88 - Японци атакуват LCD екраните



## IT

89 - Влез в играта

## Наука

92 - Охлюви киборги са шпионите на XXI век

## Техно

95 - Войната на авиотитаните

## Психология

98 - Слушам и не вярвам на очите си!

## Скипър

100 - Дневниците на кралицата

## Биография

103 - Златното момче на Апенините

## Медии

106 - Марио Гаврилов: У нас кризата е по-скоро виртуална

## Лица

107 - Джулия Робъртс - между хубавата жена и злата мащеха

## Мода

110 - Стил зад тъмните стъкла

## Пътешествие

114 - Жасмин и война в джунглата

## Спорт

118 - Магия в клуба на собствениците

## Редакционно



### НЕКА ДА Е ЛЯТО!

Дълго чаканото съживяване на градусите гоئے и почти на всеки вече му замирихва на море. Макар и икономическите перспективи пред Европа, а и пред България, да изглеждат все още не съвсем безоблачни, туристическият бранш се стяга за един добър летен сезон и немалък ръст.

Както не един гържавник призна, туризмът е сред малкото отрасли, ако не и единственият, който въпреки кризата бележи растеж. Все още обаче и в този сектор има доста трески за дялане. Браншът добре ги знае и който е намерил начин да се справи с тях, е успял. Каузата на всички вече е новото лице на родния туризъм – налагането ни не като евтина морска дестинация, а като място за целогодишна и разнообразна почивка, с уникална природа и историческо наследство.

Имиджът на България навън обаче зависи и от други браншове. Фирмите, които изнасят, ще ни издърпат от кризата, а и те са истинските посланици, които работят за престижа на страната, категоричен е Антъни Хасиотис, главен изпълнителен директор на Пощенска банка и лице от корицата на списание „Икономика“ този месец.

С някои от успешните примери за добрите имидж мейкъри на България ще ви запознаем на нашите страници – производителите на емблематичното за страната ни розово масло, IT компании, които работят с висока добавена стойност и отдавна са наложили своите продукти в световен мащаб. И с други, които водят тежка битка за оцеляване – имотният сектор, трудно пускащите корени на родна земя клъстери и селското стопанство, което все още не може да извоюва равнопоставеност в Европа.

А някъде измежду страниците ще усетите освен полъха на лятото и този на... газ. За бъдещето на големите енергийни проекти поканихме да говори посланикът на Русия у нас Н. Пр. Юрий Исаков.

Навлъзохме и в скалните лабиринти на шистовия газ, в чиито добив някои виждат големия енергиен джакот.

Картите обаче още не са наредени.....

*Приятно четене!*

НЕВЕНА МИРЧЕВА,  
главен редактор





От средата на месец май шест банки ще кредитират малките и средните фирми по съвместна програма на Министерството на икономиката и Европейската банка за възстановяване и развитие (ЕБВР).

По схема от Оперативна програма „Конкурентоспособност” са предвидени 150 млн. евро. Банките, които ще отпускат кредити на бизнеса по програма „Енергийна ефективност и зелена икономика”, са „Райфайзен Банк България”, „Алианс Банк България”, „МКБ Юнионбанк”, „Прокредит Банк България” и „УниКредит Булбанк”. „Банка ДСК” пък ще кредитира домакинствата по проекти за



На конференция за зелената енергия в София bankerите подписаха договорите за кредитната линия с ЕБВР

## Шест банки ще кредитират по програма за енергийна ефективност

енергийна ефективност на жилища. Всяка банка ще определя на пазарен принцип лихвите по заемите, като размерът им ще зависи от кредитния риск на всеки проект. Средства

ще могат да получат до 1000 малки и средни фирми, като парите ще се отпускат за проекти, които водят до намаляване на енергийните разходи в производството.



Стипендиантите на Пощенска банка направиха младежка пътна карта за развитие на България

## Ученици създадоха „Младежка пътна карта за развитие на България”

За учениците „силният старт” на България, обобщен в 20 стъпки, започва с пренапреждане на приоритетите на управляващите и осигуряване на качествено образование, възможности за професионална реализация на младите хора, както и създаване на активно и силно гражданско общество.

Първата по рода си „Младежка пътна карта за развитие на България”, е създадена от победителите в програмата „Силен старт с Пощенска банка”. Стипендиантите от последното издание на инициативата имат идеи за промени в околната среда, развитие на селското стопанство и туризма. Антъни Хасиотис, главен изпълнителен директор на Пощенска банка, и отличените ученици връчиха символичен макет на Младежката пътна карта на Лазар Додев, директор на дирекция „Организация и координация” в Министерството на образованието, младежта и науката.

## PR Асоциацията раздаде ежегодните Bright Awards

На официална церемония браншовата асоциация на PR бизнеса – БАПРА, връчи третите награди за най-успешни комуникационни кампании и агенция в България. 17 от най-изявените международни специалисти оценаха участниците в конкурса BAPRA Bright Awards 2012. Председател на журито бе Пол Холмс, основател на The Holmes Report и най-влиятелният анализатор на PR пазари в света.

„Кампаниите тази година са на много високо ниво. Българският PR бизнес се развива изключително динамично”, сподели впечатленията си Пол Холмс, който за трета поредна година е начело на журито на BAPRA Bright Awards. „Българските агенции демонстрират истинско развитие не само в оригиналността на идеите. Днес те са по-практични от всякога. Решенията им са изцяло обвързани с резултатите и всеки аспект от комуникацията е внимателно обмислен така, че да работи за постигането на максимални резултати с ограничен бюджет”, допълни той.

Отличени с награди BAPRA Bright Awards 2012 в категорията „Агенция на годината” бяха на първо място - All Channels Communication Group, второ място за APRA Porter Novelli и трето – за United Partners.



Колегите се радват на отличията си





## Всеки е бърз с Visa payWave Само от Fibank.

Заявете своята безконтактна карта Visa Electron или Visa Classic.



**Fibank**  
Първа инвестиционна банка

генерален  
спонсор на



Най-добра банка в България  
за 2011 според класацията на



\*bank (\*2265)

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





# Нека да е ЛЯТО!

*За почивка през топлите месеци можете да направите ранни записвания, като изберете местните морски курорти по нашето крайбрежие или някоя по-екзотична дестинация, като Турция или Гърция. За тези, които направят ранни записвания 2012-а Турция предлага изненади и големи отстъпки. За хората, които остават верни на Българското Черноморие, Албена предлага много изгодни цени. Можете да подсигурите вашата отпуска, без да се изнервяте и да губите излишни пари. За Лято 2012 ранни записвания можете да направите дори и по интернет, докато стоите у дома си и се радвате на снега, който вали навън, четем на сайта на One travel.*

**Туризмът е като двуликия Янус - „хардуерът“ на сектора вече е добър, време е „софтуерът“ да се усъвършенства**

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Също като Янус, двуликия римски бог на промените, българският туризъм има две лица. Едно е това, което туристите виждат и търсят за своя отгив, ваканция и емоционални преживявания, друго – напреварата за качество и цени, която хотелиери

и туроператори водят всеки ден. Туристите гледат под лупа за добро обслужване на ниски цени, търсят промоции, отстъпки, ранни записвания или оферти в последната минута. Предложението много, наши и чуждестранни туроператори се набягват с „шок цени“ за парите на всеки клиент. За летния отгив морето





не е единствена възможност, а Българското Черноморие отгавна не е без алтернатива. Най-силна е рекламата „от уста на уста“. Според статистиката един разочарован гост споделя недоволството си с 19 свои приятели, а доволният - само с четирима. Това може и да не е в полза на хотелиерите, но с бавна стъпка, с много усилия и упоритост най-амбициозните от тях успяват да създадат отличен продукт на поносима цена. А интернет става все по-важен фактор в избора на туристическите услуги.

## Изберете българското

Ранните записвания предвещават силен летен сезон 2012, тъй като и българите вече разбраха, че планирането отрано на ваканциите е свързано с по-добри цени, ако резервациите не се отлагат за последния момент. А и промените в Кодекса на труда, които ни

задължиха да предвидим почивките си още в края на предходната година, като че ли ни подтикват да мислим своевременно как най-добре да организираме своя отгих.

„България предлага госта атрактивни цени в сравнение с близките дестинации“, твърди Елза Рагкова, съсобственик в курортния комплекс „Дюни“. Сънародниците ни се убедили, че в страната има хотели не по-лоши от тези в Турция и Гърция. Затова нашите хотелиери всяка година отчитат нарастване на процента българи, които летуват на родното Черноморие. В кризата не е за пренебрегване и фактът, че изберем ли българското, парите остават да работят в България.

Нашата хотелска база е по-нова и по-добра от гръцката и румънската и неслучайно много туристи от северната ни съседка предпочитат да прекарват отпуската си у нас. „Румънското гжакузи“ е по-скъпо от българския „ол инклузив“, констатира румънската преса,

сравнявайки цените.

„Всяка година преди новия туристически сезон се чертае апокалипсис, но всяка година и без голямата подкрепа на държавата секторът успява да постигне 5-8% ръст, и то във времената на криза. Случват се неблагоприятни събития в конкурентни дестинации като Тунис и Египет, което прелива туристи към България. Не друго, а качеството на услугата е това, което привлича туристите и ги превръща в лоялни клиенти. Мина времето, когато имаше много гости, и дори те да не са доволни, идваха следващите“, коментира Младен Мутафчийски, съсобственик на Роял Палас Хелена Ризорт в Слънчев бряг и на хотел-ресторант „Кастело ди Сан Марино“ в София.

## Висок скок

Вече има много луксозни хотели, най-важното обаче за всеки



български хотелиер е да подобрява обслужването, продукта и услугите, които влизат в пакета. По гумите на Елза Рагкова „хардуерът“ на туризма вече е добър, необходимо е „софтуерът“ да се усъвършенства. Кризата укроти неразумните амбиции да се строи още и още. Вече има достатъчно голяма база за предлагане, но за да се запълни, е нужно обслужване на високо ниво. Повечето хубави хотели, които са на първа линия и близо до морето, някак си успяват. Но обекти, които не са добре позиционирани, изпитват затруднения, така имат и проблем да обслужват кредитите си и вече са под натиска на банките.

Изискванията на туристите растат. Различни атракции,

елементи на културен туризъм, посещения на културни и исторически забележителности също имат добавената стойност към пакета, затова формулата на летния ол инклузив е 24 часа в деннощното анимация, хотелите се надпреварват в разнообразието за своите гости. Правят се спортни състезания, шоупрограми, на разположение са СПА, фитнес и уелнес. Вече е стандарт всяка година да има новости и непрекъснато да се правят промени и подобрения. Атракцията през миналата година в „Дюни“ е била зумба, която включва стъпки от различни латиноамерикански танци. Туристите се учат да танцуват, но същевременно правят и страхотна физическа тренировка. Гвоз-

дей на тазгодишната програма е новото зрелищно национално шоу с народни носии и традиционни инструменти.

## Страстите български

Съвременните хотели и модерната база са плюс за българския туризъм, но презастрояването се превърна в сериозен минус, тъй като в общ план то понижава цената на туристическата услуга. Туризмът в България има своите проблеми, грешки, трудности, но и успехи. Някои съумяха да наберат скорост и сега са в бясната въртележка на световното съревнование за привличане на клиенти, други бяха изхвърлени от центробежните сили в бизнеса, за едни туризмът се превърна в начин на действие, а за други той просто е единствено възможното препитание. „Внимавай какво си пожелаваши“ – това предупреждение към онези, които се втурваха да инвестират в хотелиерство и туризъм, не бе чуто. Не бяха разбрани и призивите да не повтаряме грешките на други страни, които преди нас се опариха. Така нашето Черноморие не можа да се опази от синдрома „презастрояване на курорти“ и от изграждането на обекти, които трудно намират функционалност, след като в проектната им фаза желаното е прието като действително. Но страстите вече се поуспокоиха и всичко започна да си отива по местата – добрите намират своята формула за успех, а слабите фалират.

## Екстремни усещания

„Първо да се огледаме и да видим какъв туризъм се разви в България и да не мислим в клишета. Не само морските плажове трябва да се рекламират, а и всички други възможности, които стават все повече, тъй като се инвестира и в тях. Имаме природно разнообразие и величествени планини, има многообразие от животински видове, нужно е да се направи стратегия за популяризиране на разнообраз-



Някои предпочитат екстремните преживявания в планините





Само най тънките познавачи различават нашите от чуждите курорти



ните форми за туризъм”, призовава Димитър Попов, управител на „Пингуин травел груп”. Според него българите се събуждат за непознати преживявания, каквито доскоро липсваха като предлагане. В последните години госта туроператори започнаха да работят с български компании, които се занимават с приключенски и екстремни туризъм. Първи бяха тимбилдингите, които включват рафтинг и катерене, планински преходи, каяк. На дневен ред са велосипедните турове, конните преходи също се радват на засилен интерес. Има програми за активност по Дунав,

Камчия, Янтра. Картината положително се променя и мнозина откриват тази ниша, която на Запад отдавна е разработена – там тя дори не се нарича алтернативен туризъм. Предпочита се от хора с високо образование и солидни доходи, но и със съответни потребности. За голяма част от тях онклузивът на море е неприемлив. Пешеходният туризъм набира сила в цял свят, у нас също се възвръща. Културният туризъм привлича, но не бива да се преекспонира, тъй като в България има уникално съчетание от природни дадености. Знае се, че голф туризмът е за бо-

гати хора, но малцина имат представа, че най-платежоспособните са и най-запалени по наблюдаването на птици и животни и вече практикуват фото сафари. Вместо да стрелят по българската кафява мечка, свръхпреживяването е да я следат от разстояние.

## Сляпа баба

България е на трето място в Европа по разнообразие на птици, за тази ниша твърде малко се говори. Имаме уникални дадености и природният туризъм не бива да се пренебрегва, при повече реклама той би могъл да набере сила. Знае се, че културният туризъм има потенциал, но нерядко липсва информация как да се стигне до конкретното място, а това отблъсква туристите. Манастирите също се радват на интерес, дори се организират велосипедни турове с посещение на такива духовни средища. Но проблемът е, че отново няма маркирани маршрути. „Трудностите са много, но този вид туризъм е в кръвта ни и не виждаме смисъл да изпращаме туристи в големите бетонни комплекси. В алтернативния туризъм е включен много интелектуален продукт и това качва неговата цена, защото конните и велосипедните турове например не



стават без отлични водачи и без перфектна организация. За същия продукт цената на Запад е госта по-висока, отколкото в България, и в това е нашият шанс да натрупаме опит”, уверява още Димитър Попов.

## Кадрите решават всичко

Колкото и да се подобрява качеството на услугата, големите туроператори трудно приемат повишение на цената. Служителите обаче може да бъдат задържани само с добри заплати, които всяка година растат. В Европа навсякъде възнагражденията в туризма са по-високи, отколкото у нас. Този проблем стои от години и хотелиерите продължават да търсят стимули да задържат едно основно ядро от професионалисти, на които предлагат специални условия - основният мениджърски екип в сезонните хотели получава заплатата през цялата година.

„Държим на обучението на персонала и в неактивното време оставяме около 200 души на трудов договор, които реално не са ангажирани през зимата. Разчитаме на тях да обучат останалите около 800 работници и служители. Провеждаме тренировъчни и квалификационни курсове, в това число по немски и английски език, а също по хранене, пране и поддръжка. Обучението на персонала е



Боровец има своите почитатели и през лятото

важно, тъй като колкото и да е добра материалната база, няма ли перфектно обслужване, не се получава - разказва Елза Рагкова. - Ако някой им предложи малко повече, не се колебаят да сменят компанията, затова се стараем да повишаваме заплащането на кадрите, които показват вяност и лоялност. Но стимулите са не само финансови.”

## Нагоре-наголу

Тази година някои от хотелиерите са успели да качат цената на пакетите, за да компенсират инфлацията и нарасналия през миналата година ДДС с 2% за груповите пътувания, след като

го април 2011 г. ДДС беше 7%. Едновременно с това бе въведен и туристически данък, но година по-късно Конституционният съд се произнесе, че е противоконституционен. Според промените в Закона за местните данъци и такси данъкът замени туристическата такса и се пресмята въз основа на най-малко 30% заетост на легловата база, независимо дали тя е постигната през годината. Таксата пък се плащаше върху реалния брой нощувки в дадения хотел. Мотивът за преминаване към данъка беше ниската събираемост на таксата и съмненията, че хотелиерите крият нощувки. Реално работим 4-5 месеца през летния сезон, а ни облагат с 30% минимална заетост за цялата леглова база в годишен план, за сезонните хотели това е убийствено, контрират от бранша. Но това вече не стои на дневен ред.

Концесионните договори за плажа също създават проблем, тъй като хотелите на първа линия трябва да осигуряват достъп за всички желаещи да ползват плажа. При предлагането на ол инклузив е трудно да се следи външни посетители да не влизат в комплекса и да не ползват услуги, за които не плащат. Има и друг проблем, свързан с концесията – авансово хотелиерите внасят 10% за добро изпълнение, следващата година им вземат нови 10%, а не им връщат стара-



Все по-малко са желаещите да стопанисват плаж на концесия





по Северното Черноморие, така турските може да бъдат привлечени на юг, стига визите да се издават по-лесно.”

## Скъпото евтино

В годините на строителния бум у нас мнозина припознаха като печеливша рецептата „Имаш хотел, правиш добър бизнес”. Но когато построиха или придобиха такива обекти, се разбра, че трудностите започват след това. Хотелите нямат почивен ден, работят 24 часа в денонощието, пълнят се трудно, нужни са много усилия и средства да привлечеш туристи и да се грижиш за тях по време на целия им престой, когато един си тръгне, трябва да си осигурил следващия на негово място.

Всички туристи търсят добрата цена, но не всички искат да почиват евтино. България не тръгна да гради имидж на най-престижна туристическа дестинация. Нагласата „Ние да направим хотелите, пък после ще му мислим” не се оказа удачният вариант. Като теглят днес чертата, инвеститорите отчитат, че българският туризъм е най-евтино в сравнение с околните страни и това вече е проблем. Истински платежоспособните туристи ни подминават, отиват в именити курорти или избират екзотика, която ние не предлагаме. През годините на промените нашата

та вноски, въпреки че коректно са извършили ангажиментите. Така някои хотелиери години наред не получават обратно наплатената вноски, която е в размер над 200 хил. лв. От министерството на икономиката обяснили, че това е останало от друг договор за минна концесия, ползван като образец, но така и не го променят.

## Нейно величество Държавата

Хотелиери, туроператори и туристически агенти ту казват, че държавата им пречи и настояват за по-малко държава в този сектор, ту очакват от нея помощ и съдействие. „Вече дори не правим опити да привлечаме институциите на наша страна”, коментира Димитър Попов. От две години Асоциацията на българските туроператори и туристическите агенти прави безуспешни опити да ускори създаването на нов закон за туризма. Датският и шведският закон са по 7-8 страници, а нашият е 98, реагират от сектора.

В Турция хотелиерите при изграждането на нов обект получавали правото 50 години безвъзмездно да ползват земята, имали и преференции при облагането с такси и данъци, когато строят с материали от турски производители.

„Черноморието има огромен по-

тенциал, но трябва да се облекчи издаването на визи за ключови за нашия туризъм страни като Русия и Турция. Рекламната дейност, която икономическото министерство извършва, трябва да се засили. България има нужда да излезе на световния пазар за голф и ловен туризъм, да развие пътуванията с малки частни самолети - твърди Красимир Станев, изпълнителен директор на „Албена” АД. - Трябват и по-добри условия за къмпингуващите по нашето Черноморие, тъй като почти не останаха такива места. Жестоката е конкуренцията на съседните държави, а на Турция е направо смазваща. Както румънските туристи помогнаха за оживлението





страна се утвърди като дестинация с туристически услуги от по-нисък клас. Евтиното обаче не е толкова евтино за тези, които създават продукта, защото цените въпреки кризата растат, а поскъпването на туристическия пакет става трудно, тъй като среща съпротива от туроператорите.

## Час за лифтинг

Туризмът е много чувствителен на всяко поскъпване и това рефлектира върху хотелиерите. Затова и преговорите за цените за следващото лято или зима започват още преди да е свършил съответният сезон на предходната година. Но винаги има такива, които предлагат услуги на дъмпингови цени, което подбива пазара, посочва Младен Мутафчийски. Според него презастрояването с хотели, липсата на разбиране да не се слиза пог определена цена, стремежът всеки поединично да търси решение превръща хотелиерите в лесна плячка за големите туроператори, които диктуват цената.

Успешният маркетинг и брандинг не следва търсенето, а създава търсене. Вече се чуват призови да променим представите за страната - от територия за масов туризъм към дестинация с богато културно-историческо наследство, богата природа и уникални минерални извори, подходящи за спа и уелнес. Хърватска вече успя да направи лифтинг на своя имидж.

Е  
А  
Н  
О  
  
К  
Ъ  
М  
  
е  
А  
Н  
О



## Нели Сандалска, директор Инвестиции Традициите за почивка

**Липсата на единен бюджет и на стратегия за развитие на курортите започва силно да тежи**

Лятният туристически сезон на 2011 г. беше много успешен за страната ни. България регистрира най-високо увеличение на нощувките (+21,1 %) измежду 27-те членки на ЕС, при средно за съюза +4,8%. Само Италия и Малта отбелязват отрицателен ръст. Нощувките на чужденци изпревариха значително тези на местните хора. Увеличена е с 2,5% заетостта на хотелите. Данните включват сезона от юни до септември включително. И при трите най-важни тенденции в Европа България заема водещото първо място. Очакваме и за предстоящия туристически сезон приблизително повторение на тенденциите. Основанието е обемът на ранните записвания и предварителните резервации го момента в сравнение със същите през миналата година. С най голям принос отново ще







и развитие на активите в Би Ти Девелопмент Сървисиз:

## НЕ СА ТОВА, КОЕТО БЯХА



бъдат пазарите Русия, Германия и Румъния, както и вътрешният български пазар. Като цяло за страната се запазва благоприятното съотношение „цена-ка-

чество” в наша полза в сравнение с много конкуренти и това е друг основен фактор, който се показва от туристическите агенти и туроператорите.

С времето се промениха традициите и нагласите за лятна почивка при водещите източноевропейски пазари Русия, Полша, Чехия, Румъния, България - почивката се планира поне пет-шест месеца предварително, използват се активно промоционалните намаления в цените за ранните записвания. Важен критерий за повторно посещение е клиентът да е останал доволен от качеството на ту-

**Ол инклузивът има успех, но разваля туристическия продукт, концентрира потока на определени места и не дава възможност за разнообразно предлагане**

ристическите услуги на хотела.

Трябва да се отбележи, че позициите на България от лято 2011 са при все още твърде високи ръстове на нощувките и заетостта в Испания, Гърция, Португалия и Франция, които са традиционни летни дестинации.

Много маркетингови проучвания сочат, че морето остава основният избор за почивка през лятото предпочитат го около 70% независимо от националността. Почивка на планина се избира предимно от любители на планината, природата и тишината, фенове на катеренето, на планинско колоездене, еколози, които идват у нас специално за наблюдаване на птици и растения, а също и спелеолози и пещерняци. Планината през лятото предпочитат около 15%. Обиколните и културно-историческите програми се избират от групи 20%, което показва, че за една част от туристите от особен интерес са комбинираните почивки: планина - море; планина - специализиран туризъм.

Класическият ол инклузив не е само нощувка, храна и напитки в неограничени количества, а много и разнообразни забавления, спорт, плажни игри, концерти, целодневни развлечения, детски градини и програми за децата и т.н. Ако се осигури добро качество, за клиентите почивката става много по-изгодна, отколкото ако всички тези туристически услуги се купуват поотделно. И в условията на намаляване на платежоспособното туристическо търсене вариантът ол инклузив става най-предпочитаната формула за преодоляване на кризата. Основните аргументи „за” такива оферти са, че се възприема много добре от клиентите. Получава се наистина доброто съотношение „цена-качество”, в случай че се прилага класически, а не само като спане и храна. Създава се привързаност



от страна на клиентите към цялостния продукт на гаген хотелски комплекс и лоялност с последващо посещение.

Ще бъде откровена, че аз съм “против”, тъй като този тип предлагане разваля туристическия продукт, концентрира потока на определени места, не дава възможност за разнообразно предлагане.

Мнозина се питат къде са българските курорти в съотношението „цена-качество“ в сравнение с аналогични предложения в съседна Гърция и Турция, както и с други малко по-отдалечени дестинации, например по Средиземноморието. Моят отговор е, че това съотношение е в полза на България и то е един от основните фактори за добрите резултати през 2011-а и за позитивните очаквания за 2012 г. Хотелите по морето постигат около 80-85% запълняемост през сезона, а планинските - традиционно 80-85% през зимата и около 25-30 % през лятото.

Ще маркирам и някои проблеми, които изискват допълнителна регламентация, ако наистина приемаме, че туризмът е приоритетен отрасъл за страната. Много е важно да се осигуряват многогодишни договори за ползване на пистите например, за да се оправдаят огромните инвестиции, които концесионерите правят, и за да може да се прави дългосрочно планиране, тъй като това са вложения, които нямат бърза възвръщаемост.

За съжаление липсва регламентация и по отношение на управлението на курортите като цяло. Курортът трябва да се развива като структурна единица с цялостна визия, но това се оказва невъзможно, тъй като следва да се съобразява с 3 вида собственост: държавна, общинска и частна. Липсва единен бюджет за развитие на курортите, а курортните такси и данъците влизат в общинските бюджети и при разпределянето нищо не се инвестира с

подобна цел. Ето защо следва да се създаде правна рамка за управление на курортите не само като територия, но и като субекти на административно-данъчния процес.

Законодателно и императивно общините трябва да се задължат да полагат грижи за курортите, независимо от видовете собственост и техният статут. Сега няма съдействие от държавните и общинските органи за поддръжката и почистването на пътищата, организацията на движението на МПС, включваща транспортна схема, пропускателен режим, паркиране.

Нужна е целенасочена, постоянна и добре таргетирана национална реклама на България като целогодишна дестинация с акцент върху летния и зимния туризъм.

## Александрина

# Планирайте

По правило за лятото се търсят морски, за зимата – ски курорти. За пролетта и есента клиентите избират релаксираща почивка в балнеокурорти, тези два сезона са и времето, когато се предлагат интересни самолетни и автобусни програми в чужбина. Сред тях са чартърните програми за Дубай, Дубровник, Миконос, Санторини, Малта, Мадейра, Гран Канария... През пролетта и есента са актуални и програмите за хора над 55 години и за техни близки и приятели. Скорост набира и търсенето на круизи. През зимата цената за такъв тип почивка е изключително привлекателна – 199 евро за 7-дневен круиз в Средиземно море. Тази





Тодорова, управител на „4 Сезона Травъл“:

## рано, спестете пари

година Чепеларе бе много търсена ски дестинация освен традиционните Банско и Боровец. Някои го предпочитаха заради по-евтините лифт карти за Мечи чал. Колкото до ценовия диапазон, мисля, че пазарът е толкова наситен откъм предложения, че има за всекиго по нещо.

Сред търсените летни курорти от нашите клиенти се оказва Аркутино. Подходящо място е

### за спокойна семейна почивка

Предпочитанията са към комплекси от затворени тип близо до брега. Ако клиентите са с деца, ол инклузивът е истински

желан. Повечето хотели предлагат всички видове пансион. Фактите показват, че когато клиент хареса някое местенце, впечатлен е от обслужването, той пак се връща там. И никакви аргументи не са в състояние да го отклонят от този избор. Така например имаме клиенти, които от 2008 г. почиват в района на Чанаккале. Привлича ги близостта, изумителната природа, възможностите за гмуркане и сърф, качествената храна и любезните домакини. Други пък за пореден път отиват в един комплекс в Царево, който набира туристи основно на чешкия пазар. Семействата, които миналата година




почиваха в „Аркутино Фемели Ризорт“, тази година пак записаха този курорт, макар и на по-висока цена.

пансион ще трябва да предвиди поне по 300 евро на ден. След Турция най-търсени са гръцките острови Крит, Закинтос и Родос. Следващи в класацията са испанските курорти.

Българският туристически продукт като настаняване, като качество и цена не отстъпва на съседите. Хотелите ни са прекрасни, курортите ни са съвременни... и леко пренаселени. Има едно „но“ обаче. Обслужващият персонал в Турция е на несравнимо по-високо ниво, изключително любезен и готов да изпълни всяко желание. В много от хотелите висока категория в големите ни морски курорти храненето куца. Разнообразието и качеството не са силна страна, храната не се поднася с фантазия и финес, както в Турция и Гърция.

На море в България – това е предпочитан вариант за семейства с деца, почивка зад граница – намирам го за естествено да искаш да видиш, да вкусиш, да усетиш, да помиришеш, да опознаеш и други страни, да се запознаеш с други хора, да разбереш как живеят, как почиват, с какво се хранят. Затова предлагаме в България и в чужбина.

Ранните записвания са много добър вариант да спестите пари и отрано да планирате ваканцията си. Препоръчвам всеки да си избере агент, с който да се консултира и с когото да работи. Изгражда се доверие между агент и клиент, а и така се намалява до минимум и рискът да попаднеш на неподходящото място, в неподходящото време с неподходяща фирма. 

**С добър агент ще намалите риска да попаднете на неподходящото място в неподходящото време**

Тъй като цената е важна, някои предпочитат морето в Турция, особено ако резервацията се направи в началото на годината. До март имаше атрактивни оферти за ранни записвания, така 7-дневна почивка за семейство с две деца в 5-звезден хотел на пансион ол инклузив излиза около 3000 лв. със самолетните билети. Точно колкото би платило същото това семейство за почивката си в България.

### В Гърция тази година е скъпо

Работим с най-големия туроператор в северната част. Ако същото това семейство с две деца до 12 години реши да почива да речем на Халкидики, то за хотел от същата категория и





Орландо Стефани

генерален мениджър на Кемпински Хотел Гранд Арена Банско:

# Планината е идеално място за незабравима лятна почивка



- Повечето хора импулсивно свързват лятото с морето, но някои избират планината. Какви предимства има в това?

- Морето наистина е прекрасно място, което привлича много хора през лятото, но само тези, които не са виждали планината през лятото, свързват мечтаната почивка само с море. Това, което кара туристите да идват в нашия хотел през лятото, е възможността за почивка на планина в луксозна обстановка на достъпни цени. Очакват ги 2 външни басейна, огромна веранда в подножието на планината, тенис корт, планински велосипеди – условия, които по нищо не отстъпват на хотелите по крайбрежието. Освен това летните фес-

тивали са вече традиция в Банско. И не на последно място, от значение е вниманието и качеството на обслужване, с което заобикаляме нашите гости.

- За някои Банско е само ски. Но какво е планинският курорт, когато няма сняг?

- Планините на България са красиви и привлекателни през цялата година. Зимните спортове са прекрасни, но не всички са скиори и обичат снега, студа и пистите. Банско успя да изгради имидж на международен зимен курорт и

стана предпочитана ски дестинация за туристите. Но градът има свой живот и през другите три сезона. Много са възможностите, които планината

**В Кемпински Хотел Гранд Арена Банско ви очакват условия, които по нищо не отстъпват на хотелите по крайбрежието**

**Свежият въздух на величествения Пирин в съчетание с петзвезден лукс на достъпни цени ни прави предпочитана алтернатива на морската жег**







**Банско е място, което впечатлява със старинната си архитектура, различната кухня и несломимия дух на местното население**

ни предлага: преходи до изключително красиви езера и местности, посещения на исторически и архитектурни забележителности в региона, пикници в гората, скално катерене, конна езда. Да не забравяме и забележителната по големина и качество на предлаганите услуги и процедури Залез СПА и Уелнес център на хотела. Както карането на ски, така и ходенето в планината натоварва физически и какво по-хубаво от възможността да релаксирате със СПА процедури след направен преход в планината. На това разчитаме през есента и пролетта – сезоните, през които е най-тежко за бизнеса в Банско.

**- Лесно или трудно е хотелът да е пълен през цялата година? Какви туристи привличате извън високия зимен сезон?**

- В никакъв случай не е лесно да се осигури заетост през цялата година. За тази цел трябва да се работи в много посоки. В случая говорим за курортен хотел, а отпуските и ваканциите са в ограничен период от време, затова трябва да се полагат повече усилия в бизнес

средите, където големите компании организират семинари, срещи и различни събития. Банско е атрактивно място, което впечатлява със старинната си архитектура, различната от всяко друго място в България кухня и несломимия дух на местното население. Взети заедно, тези предпоставки правят хотела ни идеално място за провеждане на всякакви мероприятия на български и международни компании. За целта трябва да се работи активно в посока изграждане на мултифункционална зала със сравнително голям капацитет, която да даде възможност на хотела да приема по-големи фирмени събития. Летните фестивали в Банско имат важно място в културния афиш на България. Те съби-


рат много и различни хора през лятото – музиканти, певци, артисти. Кемпински Хотел Гранд Арена

Банско участва активно в организацията на тези фестивали и се радва на интерес от страна на участниците в тях. Обикновените групи, които отсягат в хотела за една или две нощувки през летните месеци, са друг сегмент, на който разчитаме.

**- Кое е най-подходящото време да се отседне във вашия хотел?**

- Всяко време е най-подходящото. Зависи кой какво търси. И точно такава е нашата цел - да подходим индивидуално към всеки един гост. Когато успеем да разберем какво очаква той от престоя си при нас, е много по-лесно да задоволим желанията му така, че да планира и следващата си почивка или бизнес среща тук.

**- Какви възможности дава вашият петзвезден лукс?**

- Обслужването и условията, които ние предлагаме през лятото, по нищо не се различават от тези през зимата. Но има нещо доста различно и това е атмосферата в хотела. През зимата гостите стават рано, бързат за ски, искат да оползотворят максимално времето и вложените средства за любимия си спорт, който никак не е евтин. Докато през лятото всичко е много спокойно. Гостите се наслаждават на топлото слънце, на зелената, на свежия планински аромат и на величието на Пирин. Всичко това в съчетание с вниманието към всеки гост и луксозната обстановка прави хотела ни идеално място за незабравима лятна почивка. 











Антъни Хасиотис:

# Износът е силата на България

ПЕТЯ СТОЯНОВА

Професионален банкер, който оглавява шест дъщерни дружества на Eurobank EFG в България. След 17 години работа на ключови мениджърски позиции в Citibank в САЩ, Саудитска Арабия, Венецуела, Коста Рика и Гърция, кариерата на Антъни Хасиотис минава през управлението на Mellon Bank в Питсбърг и Лондон. Преди да заеме длъжността главен изпълнителен директор на Пощенска банка, той е председател и главен изпълнителен директор на General Bank of Greece от 2002 г. През 2001 г. е зам.-управител и зам.-председател на Борда на директорите на Земеделска банка на Гърция. През 1999 г. работи като регионален мениджър на Varclay's Bank за Гърция.

У нас Хасиотис беше президент на борда на

директорите на AmCham, председател на борда на директорите на Гръцкия бизнес съвет в България и член на УС на Българския форум на бизнес лидерите /ББЛФ/ и на Реформ Юнион Клуб . В момента взема решения като член на управителния съвет на Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България (КРИБ) ).

Обществено значими каузи на организациите, които ръководи, са другото амплуа на банкера. Убеден е, че бизнесът и успешните предприемачи има какво да направят за хората и това не е само въпрос на филантропия. Най-значимата инициатива в сферата на средното образование у нас „Силен старт с Пощенска банка“, която има голямо обществено признание и множество престижни награди.





Кризата ни научи,  
че свободната  
икономика  
не е даденост  
и пазарът не  
прощава слабост,  
казва главният  
изпълнителен  
директор на  
Пощенска банка

Един мениджър може да изгради и управлява добре банка в период на икономически подем, но за мен беше важно да остана тук и през „трудните времена“ и да покажа на екипа си, че продължаваме отново напред.



**- Г-н Хасиотис, наложи ли ви се да правите житейски или професионален избор за седемте години, в които сте в България?**

- Всъщност аз съм почти осем години в България и това е единствената страна, където съм работил толкова дълго. Наистина се радвам да живея тук, защото се чувствам у дома си, но голямата саможертва за мен е обстоятелството, че децата ми живеят в Атина. Това е много болезнено в определени моменти, затова се опитвам да се връщам при тях почти всяка седмица. За тези осем години получих няколко предложения за работа в други страни, но отказах. Решенията бяха трудни, но смятам, че направих правилния избор като останах.

**- По какво се различава България от другите страни, какви са причините да предпочетете да останете тук?**

- От лична гледна точка българските дадености са много близки до националната култура, в която съм отгледан. Исторически българите са преживели много, издържат стоически трудностите, трудолюбиви са и отдават голямо значение на семейните ценности, с които аз самият се асоциирам. От професионална гледна точка предизвикателствата пред мен бяха много, защото с идването ми тук започнахме да изграждаме финансовата институция, която дотогава беше притежание съвместно на ALICO (American Life Insurance Company) и ACBN, собственост на гръцката Eurobank. Когато дойдох през 2004 г. основен акционер стана EFG Eurobank Ergasias. Започнах работа в екип с изключително амбициозни млади банкери, повечето от които останаха в институцията и в момента заемат високи и отговорни постове. Изградихме много добри отношения и дори мога да кажа, че преминахме през „огън и вода“. Гордеем се с това, което постигнахме заедно и именно това ме мотивира да остана тук. От лична гледна точка се чувствам привилегирован, че моята финансова група ми позволи да работя в България толкова дълго. Един мениджър може да изгради и управлява добре банка в период

на икономически подем, но за мен беше важно да остана тук и през „трудните времена“ и да покажа на екипа си, че продължаваме отново напред.

**- Какви са поуките от кризата, през която минава глобалната икономика? Може ли се твърди, че трудностите вече са преминали?**

- Всеки от нас беше засегнат от кризата, но хората от банковия сектор бяха изправени не само пред една, а пред три последователни кризи. Първата беше свързана с пазара на недвижими имоти, която започна в САЩ и засегна международни банки. Отличителното за втората криза беше, че при нея финансовите институции загубиха доверието помежду си. Третата криза се прехвърли от банковия сектор към държавните дългове в отделните страни.

Нека обясня какви са поуките от всяка криза, въпреки че част от тях могат да прозвучат като клишетата. На първо място - безплатен обяд няма! Рано или късно всеки плаща за леснодостъпния финансов ресурс, който не се управлява добре. Вторият извод е свързан с пазарите, които никога не прощават признаци на слабост и ги експлоатират в най-голяма степен. Най-болезнен е третият урок на кризата, заради теориите, в които вярвахме и приемахме за даденост. Така например бяхме убедени в парадигмата за икономика на свободния пазар без правителствена намеса, както и в идеята, че пазарите са в състояние сами да се регулират. За първи път бяхме изправени пред предизвикателството да поставим тези теории под въпрос и осъзнахме, че някаква форма на намеса и регулации е наложителна. Един от най-страшните моменти по време на кризата беше, когато частният сектор и другите наднационални институции се обръщаха към държавата с молба за помощ. По отношение на банковия сектор, промяна трябва да има в начина на оценка на риска както от страна на кредитните институции, така и от компаниите, а и от отделните правителства.

**- Каква е оценката ви за икономическите условия в България и риска на средата?**

- България се намира в много добро финансово състояние, но за съжаление хората са принудени да работят в среда, която като част от Европа, преживява сериозни затруднения в момента. И тъй като никои не може да живее и работи във вакуум, всичко, което се случва около нас, рефлектира върху живота ни.

Първият показател, който трябва да се има предвид при анализ на икономическите условия, е ръстът на БВП. Резултатът за първото тримесечие на 2012 г. може да се окаже с отрицателна стойност, но до края на годината можем да очакваме малко, но все пак положително увеличение. Бюджетният дефицит до момента винаги е бил много добре контролиран и почти винаги е постигано равновесие. При дефицита по текущата сметка е учудващо, че в момента е на плюс, докато преди години беше на минус 25% в сравнение с БВП. Инфлацията също е под контрол и е относително ниска. Банковата система е стабилна, много добре регулирана и това позволява на гражданите, фирмите и институциите да ѝ се доверяват, така че да няма изтичане на капитали. Дори се наблюдава обратната тенденция - хората от други страни търсят сигурния български банков сектор и вече се забелязва вливане на чуждестранни капитали.

Рисковете за малка и отворена икономика като българската са внесени отвън и са свързани с рецесията при търговските партньори, резкия спад на преките чуждестранни инвестиции и повишената цена на петрола. Всички тези фактори се отразяват както на търговския баланс, така и върху дефицита по текущата сметка. За съжаление влошаването на икономическите условия в Европа ще рефлектира върху България и през тази година, когато страната ще трябва да излезе на международните пазари, за да набере средства. Надявахме се на възстановяване на потреблението в частния сектор, но влошаващите се икономически резултати ще повлияят негативно на инвеститорите.

**- Какви са инвестиционните възможности пред българския**



България е известна като държава с евтина работна ръка и ниски данъци. Защо тогава инвеститорите не се втурват насам?



## бизнес?

- За българските компании е важно да бъдат ефективни, ефикасни и конкурентоспособни, особено на международната сцена. Ако се занимават с бизнес само тук и разчитат на скъпи продукти, няма как това да им помогне в дългосрочен план. Винаги ще се намери някой, който ще предложи по-евтини стоки и услуги. Те трябва да търсят пазарни ниши и сектори, да произвеждат продукти, които да се експортират и да добавят стойност към икономиката. Ако се изнасят единствено суровини, които се използват от чужди производители, не могат да се очакват добри резултати за страната. Според стратегическите насоки на Националната програма за развитие „България 2020“, подкрепена от правителството, както и от организации в частния сектор, трябва да се търсят възможности за развитие в информационните технологии, енергетиката, селското стопанство, търговията, инфраструктурата и логистиката. България е известна като държава с евтина работна ръка и ниски данъци. Защо тогава инвеститорите не се втурват насам? Необходими са промени в много области, за да може страната да се превърне в привлекателен избор за тях. Транспортната инфраструктура е една от тях. Законодателната и образователната система се нуждаят от модернизация и предложенията за промяна са обобщени в т.нар. „бели книги“ с предложения и идеи към правителството от страна на бизнес организациите. Те включват преразглеждане на регулаторните лицензионни режими, на начина, по който инвеститорите осъществяват контакт с държавната администрация, електронното правителство и съдебната система. За да завърши тази тема искам да направя едно положително послание. В България сме щастливи от факта, че банковата система е силна, защото благодарение на нея разполагаме със средства, които могат да се използват за добри проекти и инициативи. Трябва да бъдем креативни и прозорливи, за да се възползваме от този потенциал. Разбира се, повече от ясно е, че ние

като банка сме готови да подкрепим всеки жизнеспособен и добър бизнес проект.

**- Инициатор сте за създаване на Асоциацията на българските износители (АБИ). Как ще помогне Пощенска банка на износители и фирми, които искат да открият външните пазари?**

- Приветствам създаването на АБИ и очаквам тази инициатива да помогне на компаниите, които могат и искат да излязат на международния пазар. Всички, които искат да се присъединят към асоциацията, трябва да се обърнат към нейния председател Иво Тодоров или към нашия Директор Комуникации Илияна Захариева. АБИ е организация, която не се конкурира с подобните на нея съюзи и не се състезава с тях. Затова другите бизнес асоциации трябва да промотират и да си сътрудничат с АБИ, защото вероятно имат членове, които се интересуват от износ и такова сътрудничество ще им е само от полза.

Пощенска банка е ангажирана в подпомагането на експортно ориентирани компании, защото смятаме, че така подпомагаме всички нас в създаването на стойност, която ще се върне обратно в страната. Убеден съм, че износителите са най-добрите бизнес посланици на България, които работят за престижа на страната. В Пощенска банка разполагаме с отлично подготвен екип и сме в състояние да окажем необходимото съдействие.

**- Наскоро гувърнорът Иван Искров напомни, че съществуват закони и субективни препятствия пред понижаването на дела на необслужваните кредити. Само бавните производства по ликвидация и несъстоятелност ли са причина банките да работят в неблагоприятна икономическа среда?**

- Гувърнорът Иван Искров познава много добре системата и именно

затова повдига един от най-важните въпроси за сектора и икономиката като цяло – необслужваните кредити и свързаните с тях проблеми. Необходимо е да се подобри нормативната уредба, да се преразгледат практиките за събиране на дългове като се използва международния опит. Корпоративната несъстоятелност и задължнялостта на домакинствата са другите два елемента, които също трябва да се имат предвид, за да се избегнат

продължителните и скъпи производства. Трябва да се помисли и върху използването на извънсъдебните споразумения, които за съжаление не са толкова популярни в България. Как банките да се справят с необслужваните кредити е въпрос, свързан и с данъчното законодателство. Фарсът, който се разиграва с производствата по несъстоятелност със задна дата, не трябва да продължава, защото уврежда интересите на страната. Със сигурност инвеститорите няма да изберат България, когато разберат за такива практики. Някои съдебни решения, които са непоследователни и непрегсказуеми, също вредят.

На европейско ниво вече има инициатива за банкова координация, която включва отделни регулаторни органи и банки като БНБ и компанията майка на Пощенска банка Eurobank EFG. Целта е тези въпроси да се поставят на вниманието на съответните институции и да се търси решение.

**- Непрекъснато обвиняват българските банкери за високите лихви по кредитите, обсъжда се и евентуална промяна в начина на ценообразуване? Виждате ли възможност за намалението на лихвените нива?**

- Благодаря за въпроса, защото очевидно има неразбиране на начина, по който се определят лихвените нива от страна на банките. Ще се опитам да го обясня разбираемо. Банките се занимават с купуване и продаване на пари. Кредитните

**Банкерите много добре разбират, че трябва да намалят оперативните си разходи и да са ефективни при отпускането на кредити, така че да допринесат за промяната.**





фото КРАСИМИР СТОИЧКОВ за MANIFACTURA



институции се нуждаят от ресурс, които си набавят от различни източници като физически лица, компании, други банки или от международни пазари. По отношение на закупуване на пари от физически лица се има предвид депозити. Никои не се оплакват от факта, че банките плащат високи лихви по депозитите. Вероятно е грешка от страна на банките, че поддържат толкова високи лихви върху депозитите. При по-ниски нива инвеститорите може би щяха да използват средствата си, като ги вложат в икономиката. Ясно е, че несигурността в момента ги принуждава да ги гържат на влог. Ние сме им благодарни, че ни се доверяват. Компаниите, от своя страна, не разполагат с достатъчно средства, които да вложат в кредитните институции, защото се нуждаят от целия наличен финансов ресурс и ликвидни активи, за да се справят с кризата. Заради конкуренцията трудно се предоставят заеми от банка на друга банка, а набирането на средства от международния пазар е скъпо. За много страни, и особено за България, единственият начин за набиране на ресурс е от местни източници и по-точно от физическите лица. Заради конкуренцията между отделните банки цената непрекъснато расте. Ако лихвата на закупените средства е 5-6%, към нея трябва да се добавят стойността на оперативните разходи и потенциалният риск, защото част от заемите ще са губещи. Най-накрая трябва да остане и малка печалба. Хората като цяло са правни да недоволстват от високите лихви при отпускане на кредитите, но условията в момента водят до такива нива. Ако сравним ситуацията в България с други страни, където банките отпускат заеми на по-ниски лихвени проценти, това вероятно се дължи на факта, че депозантите там не получават 6% лихва за 12 месеца. Рискът в отделните страни е различен, а някои от банките в европейските държави имат достъп до други източници, които в момента тук не са достъпни.

**Безплатен обяд няма! Рано или късно всеки плаща за леснодостъпния финансов ресурс, който не се управлява добре.**

Ако помислим логично кога и как ще паднат лихвените проценти стигаме до заключението, че това ще се случи, когато банките сами намалят лихвените нива по депозитите. Другото условие е да има повече налични средства в банковата система. Банкерите много добре разбират, че трябва да намалят оперативните си разходи и да са ефективни при отпускането на кредити, така че да допринесат за промяната.

**- Има ли последствия за Пощенска банка за неосъществената консолидация с Алфа банк?**


- Не, несъстоятелното сливане няма да окаже влияние върху нашите планове. Поради регулаторните изисквания и ограничения не ни беше разрешено да контактуваме с местното поделение на Алфа банк, преди приключването на сливането. Ето защо нашите планове за 2012 г. бяха направени с презумпцията, че продължаваме да работим самостоятелно като Пощенска банка, което се оказа удобно в момента, в който разбрахме, че сливането се отлага. Ще продължим да работим на местния пазар както досега, като различаваме на силните си страни като стабилна самостоятелна финансова институция.

**- „Силен старт с Пощенска банка“ е най-значимият проект, с който се подпомага средното образование у нас. Имате ли друга идея, която ще залегне в корпоративната социална отговорност на банката, за да подпомогнете обществото?**

- Вече седма година осъществяваме инициатива за подпомагане на средното образование „Силен старт с Пощенска банка“ и се гордеем с нея. Чрез „Силен старт“ Пощенска банка

цели да поощри бъдещите лидери на страната и да популяризира идеите им. От началото на програмата до днес 816 ученици получиха стипендии от Пощенска банка на обща стойност 426 250 лв. От идеите на печелившите стипендианти през тази година беше създадена първата Младежка пътна карта за развитието на България, която официално връчихме на представители на Правителството.

Пощенска банка развива дългосрочни проекти и всички те са описани в нашия Доклад за корпоративна социална отговорност и устойчиво развитие. Ние сме единствената банка в България, която изготви такъв документ съгласно изискванията на международно признатия стандарт от Глобалната инициатива за отчетност G3 на GRI. Заверката от независима трета страна по международни стандарти доказва, че нашата традиционна ангажираност с въпросите на социалната отговорност, екологията и подпомагането на обществени каузи е дългосрочна и част от цялостната стратегия на присъствието ни на българския пазар. Тази година планираме да започнем съвсем нов проект, свързан с превенцията на трафик на хора. Засега обсъждаме идеята с организации в България и на международно ниво, които имат опит в тази важна за обществото тема и имат желание да ни партнират в бъдещия проект. Надявам се скоро да имам добри новини, които да мога да споделя с вас.

Изпитвам голяма надежда за България и бъдещето ѝ. Оценявам факта, че обществото гледа на нас като на солидна и надеждна финансова институция и доказателство за това е, че ни доверява парите си. Много се гордея с екипа и служителите в банката, защото те буквално извършват херкулесов подвиг в работата си, което за пореден път потвърждава защо гоидох и продължавам да живея в България. 

**Влошаването на икономическите условия в Европа ще рефлектира върху България и през следващата година, когато страната ще има нужда от международните пазари, за да генерира нови средства.**



# ДЕПОЗИТНИ СХЕМИ

ПЕТЪР ПЕШЕВ,  
ИП „Бул Тренд Брокеридж“

Фондът за гарантиране на влоговете (ФГВ) е значителен играч на паричния и капиталовия пазар, с активи от 1.3 млрд. лева, които вече са над 1.5 млрд. лева към края на 2011 г. и след края на март 2012 г., докогато и банките са длъжни да преведат годишните си вноски към фонда. Той получава слабо медийно внимание, макар средствата му да се доближават силно до размера на обсъждания напоследък Сребърен фонд.

Най-просто обяснено, фондът трябва да компенсира гържателите на депозити с размер до 100 хиляди евро, когато някоя банка изпадне в невъзможност да обслужва задълженията си. Както се казва, по-добре да не се налага да влиза в действие ФГВ. Фондът е добре структуриран да защити интересите на депозантите при несъстоятелност на отделна банка (извън от най-големите пет), но не е в състояние да

та на фонда трябва да се инвестират разумно, но и да защитават депозантите и икономиката като цяло от възникване на системния риск, т.е. тези средства много повече от средствата на Сребърния фонд не трябва да се инвестират в български активи.

Средствата във фонда за гарантиране на влоговете се управляват съмнително нисколикхвено, а пък изискването те да се инвестират в български активи увеличава системния риск, а не го намалява. Според чл. 22 ал. 3 от Закона за гарантиране на влоговете в банките средствата на фонда могат да се инвестират единствено в български активи, по специално – в дългови книжа, емитирани или гарантирани от българското правителство; в депозити на български търговски банки и в депозити при БНБ. Управителният съвет на фонда се грижи за инвестирането на парите, без да се изисква никой от управителите да има предишен опит като професионален портфейлен мениджър, което е още една недомислица, заложена в действащия закон, уреждащ дейността на ФГВ. В този ред на мисли е нужна спешна промяна в Закона за гарантиране на влоговете в банките и инвестиране поне на половината от активите му, ако не и повече, в чуждестранни нискорискови активи.

**Средствата, натрупани във Фонда за гарантиране на влоговете, може да се инвестират по-дългосрочно и да носят по-голяма доходност**

се справи със системния риск, т.е. ако цялата банкова система е в състояние да не обслужва задълженията си. Такива състояния се случват по света, а в недалечно минало и при нас. От тази гледна точка средства-

## Структура на активите и динамика

Активите на ФГВ над 99.9% са под формата на инвестиции, вложени главно в депозити на местни търговски банки, и под формата на ДЦК, емитирани от българското правителство. Традиционно парите,





## ИНВЕСТИЦИИ 2010



Източник: ФГВ, БТБ

## ИНВЕСТИЦИИ 2011



инвестирани в депозити, съставляват средно 60% от средствата под управление. Приоритетно ФГВ влага в краткосрочни депозити, с матуритет от 1 седмица до 1 месец, което е и основна причина за ниския доход от лихви, при положение че всеки месец медиите тръбят за високия ръст в банковите депозити и високите лихви по тях. ФГВ не може да се възползва от високите лихви и губи милиони левове от пропусната доходност. Кolkото по-бързо активите на фонда достигнат до 5% от размера на влоговете, толкова по-бързо банките ще имат още един мотив да намалят лихвите по кредитите, защото сега частните трезори плащат на ФГВ годишна вноска от 0.5% от средната годишна стойност на влоговете си. След като натрупаните средства превишат 5%, Управителният съвет на фонда има право да намали годишните вноски. За съжаление при инвестиране приоритетно в краткосрочни и нисколихвени книжа постигането на тази цел ще се забави.


### Постигнатата доходност от инвестициите

Постигнатият доход от инвестициите за 2011 г. е 29.7 млн. лева в резултат на управлението на 1.32 млрд. лева, или доходност 2.2%. За 2010 г. приходът от инвестиции е в размер на 28.6 млн. лева, при менажирани 1.1 млрд. лева, или доходността за годината е 2.6%.

Средствата, натрупани във ФГВ, се управляват изключително неодоходоносно, и то при спадаща доходност. Ниската възвръщаемост

се дължи на ниската доходност, при която се инвестират депозитите, като средната депозитна доходност е 0.4% при положение, че лихвите по депозитите бяха широко рекламирани в диапазона 5-7%. Поради неизвестна причина всичките депозити са краткосрочни, с матуритет от една седмица до един месец. Защо да не бъдат влагани в шестмесечни и годишни депозити със средна ефективна лихва от 5%, пък ако се материализира голямо плащане по гарантирани влогове, то част от депозитите ще бъдат развалени и по тях ФГВ ще получи нулева лихва? Това няма да е голяма загуба, тъй като и сега фондът получава доходност от депозитите близка до нулата. Само от пропуснати ползи ФГВ губи 38.7 млн. лева за 2011 г. и 36.4 млн. лева за 2010 г., т.е. ако средствата бяха влагани в депозити средно с 5% лихвена доходност, с толкова щяха да са се

увеличили активите на ФГВ.

Трудно е да се обясни мотивацията за решението да се държи такава голяма част от средствата в нисколихвени седмични и месечни депозити, все едно от фонда очакват някакво катастрофично събитие всеки момент, при положение че и с шестмесечни депозити, сключени по различно време и падежиращи по различно време, може да се управлява добре ликвидността, но при прилична лихвена доходност. Нужно е фондът да разкрива информация в кои банки се държат тези нисколихвени депозити и кои са „богоизбраните“ трезори, които се финансират евтино, плащайки по половин процент на ФГВ, при положение че редица търговски банки плащат 4 до 7% по депозитите на домакинствата и фирмите. 



Източник: ФГВ, БТБ



# Златно време за среброто



## ЛЮДМИЛ ЗАХАРИЕВ

Хората, които инвестират в сребро, ще имат нужда от силни нерви. Цената варира значително. Но експерти са категорични - среброто ще се развива по-добре от златото, защото движението на инфлацията и вариациите в индустрията повишават стойността му.

Цената на среброто напоследък пада. Само преди няколко седмици за ден то изгуби 3-4% от стойността си и достигна малко над 31 долара за тройунция. През целия месец март скъпоценният метал загуби близо осем процента на борсите. Но значи ли това, че инвеститорите трябва да са притеснени?

Напротив. Когато цената падне още повече, ще дойде удобен момент за инвестиция, защото в дългосрочен план се очаква значително повишение на цената на среброто. Тя ще варира между 28 и 40 долара през 2013

година, смятат експерти, като основният аргумент е, че растящата инфлация вдига стойността на благородните метали. Карстен Фрич, анализатор на благородни метали в Commerzbank, вижда, че този процес вече е започнал. За текущата година той очаква ръст в цената до \$38, като през следващата прогнозата му е тя да достигне дори \$50. Това обаче няма да се случи от днес за утре.

„Дори и да не се вижда реален растеж на покупателната способност на златото и среброто, цената ще се повиши автоматично вследствие на инфлацията”, казва Мартин Сийгъл, експерт на земни метали. „Увеличаването на стойностите на благородни метали през следващите две до три години е повече от сигурно”, допълва експертът.

Обяснението е просто. Земните метали като златото и среброто са популярни, когато има опасения. Няма значение къде точно е проблемът – колкото по-голям страх от инфлация, дългова и валутна криза, толкова по-сил-





**В следващите 2-3 години цената на белия метал се очаква да нарасне сериозно. Но експертите предупреждават – стойностите се променят рязко и вложенията са само за хора със здрави нерви и дългосрочен хоризонт**

ни стойности за благородните метали. Среброто и златото се възприемат от хората като спестовни вложения. Следователно, ако съмненията относно покупателната способност на книжните пари се повишат, търсенето на благородни метали се вдига. И който се включи навреме, може да се възползва от увеличението на цените, защото нарастващата инфлация изглежда неизбежна.

Все повече и повече частни и големи инвеститори поглеждат към сребро. Това показва постоянен приток на средства за търгуване с метала и увеличаване на продажбите от сребърни монети.

За разлика от златото обаче скъпоценният метал играе сериозна роля в индустрията. Среброто се използва, наред с други материали, в електронни продукти като мобилни телефони, леки автомобили и много продукти от сферата на високите технологии.

Когато икономиката е в разгара си, цената на среброто се вдига. Вероятността от срив на финансовите показатели също не

е за подценяване. В известен смисъл следователно, среброто също е показател за икономическия бум в развиващите се пазари. Стойността му ще зависи и от развитието на световната икономика.


Сребърният пазар е много по-малък и по-слабо ликвиден от пазара на златото - и следователно по-колеблив. „Загуба от 10% от стойността за един ден е напълно възможна. Затова за среброто трябва да зграви нерви”, съветва Карстен Фрич.

Среброто е по-достъпна алтернатива на повече от 50 пъти по-скъпото злато. Едно от предимствата за инвеститорите с по-малки активи - благодарение на сравнително ниската цена, те могат да си позволят големи количества монети или дори цели барове сребро. За някои инвеститори като тези от Flossbach & von Storch това обаче може да се окаже проблем: поради големите размери капацитетите на трезорите не са достатъчни. Златото е значително по-лесно за съхранение поради високата си стойност

и по-малки количества.

Инвеститорите не трябва да забравят, че когато купуват злато, плащат комисиона, а когато се инвестират в сребро, в допълнение се заплаща и ДДС. Следователно, ако цената на среброто се покачи само леко, то може и да не си струва.

За европейските инвеститори също идва и валутният риск. Тъй като среброто се търгува в американски долари, цената на метала пада, когато доларът се повишава. И обратното - инвеститорите ще печелят, когато доларът се обезценява спрямо еврото.

Среброто обаче не е гостатъчно като единствена инвестиция, защото движенията на пазара са твърде вероятни. Затова експертите са единодушни - трябва да зграви нерви за инвестиции в сребро. Който планира краткосрочно, не трябва да гледа към среброто. Големите увеличения на цените са очаквани от експертите чак през следващите две години. Отделно краткосрочните колебания са не само възможни, но и твърде вероятни. 



**Амбициозната задача на президента Путин е Русия да влезе в нова социално-икономическа ера и страната да се превърне в привлекателно място за бизнес**

ЛИЧЕН АРХИВ



Юрий Николаевич Исаков,  
извънреден и пълномощен посланик на Руската федерация у нас:

# Сътрудничеството ни в ядрената енергетика ще продължи

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

**- Ваше превъзходителство, като посланик на Руската федерация как се чувствате в България?**

- Не само посланикът на Русия, но всеки руснак, който пристига в България, с открито сърце усеща гостоприемството и широката душа на българския народ. Неслучайно толкова мои сънародници всяка година почиват във вашата страна, а мнозина даже си купуват недвижими имоти. Но нали слънце и море, с които, уви, руснаците в основната си част не са гарени, те могат да намерят и в други страни, където цените на имотите не са по-високи от тези в България. Оба-

че общите славянски корени, фактичката липса на езикова бариера и, разбира се, радушното отношение на българите привличат тук моите съотечественици.

**- Има ли „камъче в обувката“, което да ви убива?**

- Отговорно мога да заявя, че се чувствам твърде неудобно заради невъзможността да отговоря на многото покани, които получавам от всички краища на страната. Възползвам се от случая да изкажа своето сърдечно „благодаря“ на онези, които канят мен и моите колеги да бъдем гости на празници на градове, в университети и на конференции. Повярвайте, ние правим всичко възможно и това е видимо

**За нито един от големите енергийни проекти в България през последните шест години не е казано толкова, колкото за АЕЦ „Белене“**

по време на общите ни празници в България. Тогава количеството на поканите за участие надхвърля значително всички възможности - не само моите лични, но и на цялото посолство.

**- Ако можехте да избирате времето, в което да сте посланик в нашата страна, в кой период бихте се чувствали най-комфортно?**

- Известно е, че историята не познава условното наклонение. И в





**Юрий Николаевич Исаков е посланик на Русия в България от август 2008 г. От 1971 г. до 1985 г. заема различни длъжности в посолствата на СССР в Бирма и Тайланд, в Министерството на външните работи в Москва. От 1990 г. до 1996 г. е старши съветник в Постоянното представителство на Русия към ООН в Ню Йорк. През 2000-2004 г. е зам. постоянен представител на Русия в световната организация. Роден е на 18 март 1948 г. Завършил е Московския държавен институт за международни отношения.**

#### обмен между двете страни?

- Приятно е да се отбележи интензивното развитие на туристическия обмен между нашите двете страни. През 2011 г. руските туристи тук нараснаха с 20% до 455 хил. души и заеха четвърто място в туристическия поток на България, а броят на българските туристи, посетили нашата страна през същия период, се е увеличил с почти 12% до 14 хиляди души. Сигурен съм, че това не е пределът. По мое мнение, ако говорим за потенциала на руския туризъм, съвсем реалистично той би могъл да достигне ниво от 1-1.5 млн. души годишно. Решаващият фактор в това отношение е облекчаването на визовия режим. Трябва активно да бъдат насърчавани и българските туристически услуги на руския пазар, не само традиционните форми на туризъм, но също така и перспективни направления като културно-исторически, балнеоложки, поклоннически, екстремни, винен и др.

**- Като представител на Руската федерация доволни сте от нивото на културните ни контакти?**

- Най-важният компонент на нашите контакти са културните връзки. Присъствието на руската култура

в България е твърде забележимо, въпреки че потенциалът в това отношение далеч не е изчерпан. В България не е трудно да се купят руски книги, да се гледа руски филм или спектакъл. Преценете сами: в много от книжарниците има секция за руската литература, редовно се правят преводи на най-забележителните произведения, публикувани в Русия. Диапазонът е широк и може да задоволи всеки вкус - от криминалните романи на Даря Донцова и на Александра Маринина до руските класици, приказки, кулинарни рецепти, както и научно-техническа и специализирана литература. Редовни гости са артисти от Русия. През тази година тук гастролира звездата на руската

**\* Времето не се избира!  
В него се живее и умира.  
Най-голяма пошлость е това  
Да проклинаш всичко на света  
И да пробваш да се пазарииш  
Времето да размениш.**

отговор на вашия въпрос ще предложа откъс от стихотворение на прекрасния руски поет Александър Кушнер:

*Времена не выбирают!  
В них живут и умирают.  
Большой пошлости на свете  
Нет, чем кланчить и пенять.  
Будто можно те, на эти  
Как на рынке променять.\**

И ако се върнем към прозата, то бих искал да отбележа, че длъжността посланик, в който и да е период, съвсем не е синекурна. Това е всекидневна тежка и сложна работа. И ако във вашия въпрос, както позозирам, има скрит намек за времето на социализма, то ви уверявам, че и тогава обемът на работа и на отговорност не е бил по-малък.

**- Как с днешна дата оценявате българо-руските отношения? Да започнем с търговско-икономическите връзки...**

- В двустранното търговско-икономическо сътрудничество в последните години се наблюдава положителна динамика. През 2011 г. осезаемо се увеличи обемът на взаимната търговия - с 23%, и достигна 6,1 млрд. долара. Продължи нарастването на руските инвестиции в българската икономика и техният обем само през миналата

#### Имаме портфейл от перспективни идеи и проекти в сферата на двустранното енергийно сътрудничество

година бе в размер на 180 млн. евро. За изтеклите десет години те възлизат приблизително на 2 млрд. долара, което бе възможно не само благодарение на активната работа на големи инвеститори като „Лукойл“, „Мечел“, ВТБ Капитал, московското правителство, но и на руските граждани, влагащи собствени средства в българска недвижимост. Реално нараства и експортът от България чрез ферибота Варна - порт Кавказ, който вече три години дава възможност да се осъществява пряк стокооборот между нашите страни. За по-нататъшния ръст на инвестиционното ни сътрудничество би способствало и създаването в България на още по-комфортни условия за чуждестранните инвеститори, в това число на руските, особено що се отнася до правната защита. За големи корпоративни играчи, които дават солиден принос към БВП на България, важно значение има и благоприятният информационен климат.

**- Виждате ли възможности за нарастване на туристическия**





естрага Йосиф Кобзон, световно-известният цигулар и диригент маестро Владимир Спиваков и прочутият оркестър „Московски виртуози“, любимият на българите балетен ансамбъл „Тодес“. Значимо събитие са „Руските сезони“ в Народния театър. Руската класика постоянно се поставя на българска сцена и тази година освен „Ревизор“ под режисурата на Мариус Куркински почитателите на Мелпомена могат да видят „Нощна пеперуга“ на Пьотр Гладили с режисьор Явор Гърдев, както и „Животът е прекрасен“ на Александър Морфов - спектакъл, създаден по пиесата на Николай Ерджман „Самоубиецът“. От края на април се играе и спектакълът „Идиот - 2012“ по Достоевски, включващ млади, но вече изяви актьори. Българските филмови дейци през последните три години станаха традиционни гости на Московския филмов фестивал - „Дзифт“ през 2009 г., „Стъпки в пясъка“ и „Мисия Лондон“ през 2010 г., „Кецове“ и „Love.net“ през 2011 г. Вероятно не сте пропуснали информацията за Международния фестивал за детективски филми и телевизионни програми „DetectiveFest“, който се провежда в края на април в Москва. На него през тази година се представиха четири български ленти: филмите „Операция „Шмента капели“ и „Заг кадър“, тв сериалът „Под прикритие“ и документалният филм „Присъда: Невинен“.

- Да не излезе, че всичко е по мег и масло?

### За големи корпоративни играчи, които дават солиден принос към БВП на България, важно значение има и благоприятният информационен климат

- Не всичко е розово. Без осезаема помощ в осъществяването на международните връзки остават творчески и професионални съюзи и асоциации. Контактите на писатели, театрални, кинематографисти и художници имат спорадичен характер. Основният проблем безусловно е недостатъчното финансиране. Ето защо приоритетна задача е мобилизирането на публични средства, търсенето на спонсори, особено сред различните фондове и неправителствени организации, както и сред големия бизнес.

- През април 2011 г. през руски медии обявихте, че АЕЦ „Белене“ ще се строи. Как обаче Кремъл гледа на отказа на България от втора атомна, след като 31 години ту я започвахме, ту я замразявахме?

- Увереността в изграждането на АЕЦ „Белене“ я имах не само през април 2011 г., но и през март 2012 г., тъй като имаше сериозни основания за това. Преценете сами, след като този проект е от най-модерното поколение „3+“ и от

Когато интересите на всички участници в енергийната верига са защитени, тогава "диверсификация" в нейното едностранно тълкуване ще престане да е ябълка на раздора

технологична гледна точка е уникален по рода си. Неговата активна и пасивна система за безопасност няма аналог в света и отговарят на най-високите изисквания за сигурност, включително на критериите след катастрофата Фукушима. Това наскоро бе потвърдено от завършените успешно стрес тестове за „Белене“ и от авторитетни експерти на Международната агенция по атомна енергия. Без съмнение техническият проект за АЕЦ „Белене“ ще намери своето приложение.

Както знаете, по инициатива на българската страна в момента специалисти от двете държави проучват възможността дали оборудването за АЕЦ „Белене“ може да се използва на площадката на АЕЦ „Козлодуй“. Руската страна е твърдо настроена да продължи взаимноизгодното сътрудничество в ядрената енергетика, още повече че в продължение на близо 50 години, след като през 1966 г. започна

изграждането на АЕЦ „Козлодуй“, то се развиваше продуктивно и многопланово и не се ограничаваше само до „Белене“. Би трябвало да се има предвид и дългосрочното споразумение за доставка на свежо ядрено гориво в АЕЦ „Козлодуй“ до 2020 г., в съответствие с което руската страна прави доставка за около 70 млн. евро. Няма да крия и факта, че някои специализирани организации в Русия приеха нееднозначно гласуваното наскоро решение за „Белене“ и алтернативните предложения за използване на готовото оборудване. Така например възникнаха въпроси и у ръководителя на корпорацията „Росатом“ Сергей Кириенко. Онези, които се интересуват, могат да научат повече за това от материалите на сайта на ИТАР-ТАСС.

- Защо никога от руска страна не направи дори една пресконференция, на която да обясни в крайна сметка какво печели България от строителството на АЕЦ „Белене“ и какво ще загуби, ако то не се състои?

- Не мога да се съглася с вас. От момента на размразяването на проекта през 2006 г. руската страна постоянно – активно и аргументирано – разясняваше технологичните и икономическите предимства на АЕЦ „Белене“, като се започне от висшето политическо ръководство на страната и съответните специализирани ведомства и се стигне до нашето посолство в София. На-





## Продавачът на енергия също е заинтересован от диверсификацията на клиентите и маршрутите на доставка

Посланик Исаков със съпругата си Людмила и домашния любимец Рома

гледно бяха показани осезаемите ползи за България от този проект, както с оглед на дългосрочната енергийна сигурност, така и за привличането на инвестиции, откриването на нови работни места, което е особено

важно по време на криза. Проведени бяха десетки конференции и кръгли маси за „Белене“, включително и в Народното събрание. В местните медии редовно е имало изявления на ръководителите на „Росатом“ и на „Атомстройекспорт“, а също и моят като „ваш покорен слуга“, за да са ясни всички страни на този атомен проект. Освен това българската общественоност е имала постоянен открит достъп до официалните материали за „Белене“, които са на сайтовете на споменатите руски компании, както и на интернет страниците на Националната електрическа компания и на българската Агенция за ядрено регулиране. По мое мнение, за никой от големите енергийни проекти в България през последните шест години не е казано толкова, колкото за АЕЦ „Белене“. С други думи, проектът бе подложен на цялостен анализ. Ето защо всички, които са искали да придобият обективна представа за АЕЦ „Белене“, имаха предостатъчна възможност да го направят.

**- Каква е цената на отказа от втора атомна, а също и от нефтопровода Бургас-Александруполис?**

- Ако говорим за уреждане на финансовите въпроси, свързани с отказа на София от тези проекти, те се разглеждат от специална руско-българска енергийна работна група. Рано е да се говори за конкретни резултати, тъй като тя беше сформирана дни преди първия тур на консултациите, които се проведоха на 19-20 април т.г. Що се отнася до запазване нивото на доверие към България в енергийния сектор, типичен пример в този смисъл е дейността на руската компания „Лукойл“, която в началото на тази година обяви готовността си да инвестира около 1,5 млрд. долара за изграждането на нови високотехнологични съоръжения на територията на нефтохимическия комбинат в Бургас. И от тези планове „Лукойл“, доколкото знам, няма да се откаже дори и след ситуацията с проекта



„Белене” и Бургас-Александруполис. Най-общо казано, ние имаме портфейл от перспективни идеи и проекти в сферата на двустранното енергийно взаимодействие: от строителството на парогозова централа на площадката на АЕЦ „Белене” до сътрудничество при проучванията за находища на газ, а също и в сферата на новите и възобновяемите източници на енергия.

**- Когато става дума за големи енергийни доставки или проекти, диверсификация е най-често споменаваната дума в България. Какво значи тя на дипломатически език?**

- Първо, това понятие включва всички участници в енергийната верига - производители, доставчици и потребители на енергията. Този термин днес се опитват да го монополизират консуматорите, подчертавайки своя интерес към многовариантността на енергийните източници и маршрутите за доставка. Но продавачът по същия начин е заинтересован от диверсификацията на клиентите и маршрутите. Трябва да се отчитат и огромните разходи на производителя за проучване, добив и транспортиране на енергийни ресурси от по-отдалечените и сложни за разработване „полета”. Това струва десетки милиарди долари и ние като производители трябва да имаме гаранция, че тези огромни вложения ще се изплатят. Това означава, че всички участници в енергийната верига трябва да градят взаимоотношения на дългосрочна взаимноизгодна партньорска основа, като се вземат предвид интересите на всяка от страните. Само тогава „диверсификация” в нейното едностранно тълкуване ще престане да е ябълка на раздора.

**- Английският език напълно измести руския в училище и в университета. Като посолство на Руската федерация какво правите, за да не са на изчезване хората, които говорят и разбират руски в България?**

- Вашият въпрос не съвсем правилно отразява днешната реалност. Какво да кажем за действащата българска национална мрежа от образователни и детски заведения, която включва 40 училища, шест

**Потенциалът на руския туризъм в България е да достигне ниво от 1-1.5 млн. души годишно, но само след облекчаване на визовия режим**

А стотиците български граждани, които искат да получат сертификати от наши обучения, удостоверяващи техните знания на руски език? Нещо повече - интересът към руския език нараства. Нашата фондация „Руски свят” не успява да изпълни заявките на българските образователни институции за създаването в тях на центрове и кабинети по руско езиково обучение.

вуза и пет детски градини с разширено изучаване на руски език? И десетки млади българи с отлични познания на руски, които всяка година отиват да учат в най-добрите университети в Русия за сметка на нашия бюджет?

Сега те работят в пет български университета, в националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий”, в две училища, а други шест заявки са за разглеждане в Москва. Нарастващият интерес към руския език изисква нови подходи в оказването на съдействие за неговото изучаване. Така през тази година по искане на Министерството на образованието и науката от едностранни семинари за българските учители по руски език се преминава към дългосрочно командироване в България на наши доказани специалисти по руска филология, които ще работят в университетите както с преподавателите, така и със студентите. Аз съм дълбоко убеден, че руският език никога няма да стане непознат в България. Защото привличането между нашите два народа е заложено у хората, бих казал, на генетично ниво.



Семейство Исакови в руското посолство в София





ФОТО: ВИКТОР ЛЕВИ

При посещението на председателя на Газпром Алексей Милер в София, февруари 2012 г.

раха положително на победата на Владимир Путин. След обявяването на резултатите от преброяването на гласовете имаше дори и подем на руските фондови пазари ММВБ – РТС. Според експерти това е сигнал за липсата на политически риск, а също че инвеститорите оценяват ситуацията в Русия като стабилна и предсказуема. На инвестиционния форум в началото на февруари т. г. новоизбраният президент обяви намерението си да подобри рейтинга на Русия в международната класация за привлекателността при правенето на бизнес от 120-о на 20-о място. Постигането на тази амбициозна цел логично задава необходимостта от значителни реформи, включително за подобряване на съдебната система, защита на правата на собственост, борба с корупцията, както и цялостен комплекс от гъри мерки. В средата на април тази година на разширено заседание на Министерството на финансите на Русия Владимир Путин отбеляза: „След преодоляване на кризата имаме минимална за последните 20 години инфлация - 6,1% през 2011 г., нашият общ държавен дълг е под 10% от БВП, което е в пъти по-малко отколкото в САЩ и Европа. Трети сме в света по размер на златните резерви. Сега идва нова ера за страната ни.“

#### - С какви инвестиции ще влезете в тази нова ера?

- Инвестираме огромни и безпрецедентни в историята ни ресурси за развитието на инфраструктурата, за модернизация на социалната сфера, на жилищата и комуналните услуги, за преоборудване на въоръжените сили, както и за други основни задачи, насочени към превръщането на Русия в съвременна високоразвита, социално ориентирана демократична държава от XXI век. Разбира се, възвръщаемостта на тези инвестиции трябва да бъде осезаема за нашето общество. Ето защо ще бъде отделено специално внимание за повишаване ефективността на бюджетните разходи. Федералният бюджет ще се изгражда съобразно правителствени програми с ясни показатели за резултатите, като ще се прави и обществен мониторинг на изпълнението им. Зададен е и друг важен ориентир - да се гарантира намаляване на дисбаланса в доходите на населението. Ето с такива икономически показатели и перспективи вървим към нашия национален празник – Деня на Русия. 

#### - Какво предвижда вашата програма за 9 и 24 май, две значими дати в нашата обща история?

- На 9 май служители на посолството и апарата на военното аташе по традиция полагат венци и цветя пред паметника на Съветската армия в София и паметника костница на съветските войници в квартал „Дозенец“. В честването се включва и Руският културно-информационен център на ул. „Шипка“, където на 12 руски ветерани, които живеят в България, се връчват грамоти от президента на Русия. Там се провежда и празничен концерт. Както правилно посочвате, за Русия и България 9 май е общ празник, така че заедно с нас празника отбелязват и български ветерани, воювали в състава на Трети украински фронт. Идват и гости от Москва. А на 24 май в Плевен ще отбележим нашия общ празник - Деня на просветата, на славянската писменост и култура заедно с председателя на Съвета на Федерациите на Русия Валентин Матвиенко и председателя на Народното събрание Цеца Чачева.

- Скоро ще отбележите и Деня на Русия. Какво обаче съумя да постигне вашата страна през изминалата година въпреки икономическата криза?

- Бих искал да отбележа, че руските финансови пазари реаги-



**Убеден съм, че руският език никога няма да стане непознат в България**



# MOST FINANCE



Управление на вземания

гр.София, България  
бул. "Симняково" 23, ет. 6  
e-mail: [mostfinance@mostfinance.eu](mailto:mostfinance@mostfinance.eu)  
тел: 02/9600123  
факс: 02/9600124



# Ароматното злато на БЪЛГАРИЯ

*Легенда разказва, че през XVI век високопоставен турчин донесъл със себе си растение, което много харесал по време на посещението си в Дамаск. Нарекъл го Роза Дамасцена, в чест на града, от който е взел красивото цвете. Когато султанът видял това растение, останал омаян от аромата му и разпоредил да започнат да го отглеждат за нуждите на двора. Тази заповед поставила началото на Розовата долина в България. Днес българската роза носи името Роза Дамасцена Милл. Тя е позната в целия свят със своите ароматни качества, които се дължат на нашите специфични климатично-почвени условия.*

## ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Розата и розовото масло останаха синоним на България. Въпреки всички исторически и икономически превратности. И днес розата е сред първите асоциации за чужденците, чуят ли името на нашата страна, установи наскоро проучване на Министерството на икономиката, енергетиката и туризма. България е имидж, създаден от българските производители, напомнят предприемачи, за които розата е нещо повече от бизнес.

## **Лигер**

България е била и остава лидер

на световните пазари както по количество, така и по качество на произведеното розово масло. Турция е вторият световен доставчик на този продукт. Всички елитни парфюмерийни марки обаче разчитат на българското розово масло. Турското се използва за продукти от по-масовата парфюмерия и козметика. Нашето е с отлични показатели, съдържа уникални химически съставки и продължава да бъде еталон за качество, който трудно би могъл да бъде достигнат от групите конкуренти. Това се дължи на комплекс от фактори – биологичния вид, който отглеждаме, технологията на преработка, климатичните условия, традициите

**Розопроизводството и добивът на розово масло се съхраниха въпреки всички превратности и продължават да носят престиж за страната**



в производството. Познавачи твърдят, че ароматът е нещо твърде специално и много зависи и от микроклимата на местата, където се отглеждат розите. България има щастието да разполага с най-добрите условия за маслодайната роза.

## След тежката зима

Казанлъшката роза издържа през периода на покой на ниски температури (до  $-28$ – $-30^{\circ}\text{C}$ ), така че студената зима не би трябвало да окаже голямо негативно влияние върху храстите. В някои насаждения се наблюдават измръзвания, особено върху млади едногодишни латораста. По всичко обаче личи, че реколтата няма да се провали заради мразовитата зима, твърди проф. Негко Негков, директор на Института по розата и етерично маслените култури (ИРЕМК).

Розопроизводителите не са еднозначни в очакванията си за тазгодишната кампания. Основните причини за това са няколко. На първо място, промяната в климатичните условия, което е тенденция през последните години, кара експертите от бранша да бъдат предпазливи в прогнозите си. Регуването на продължителни и сурови зими със суха и гореща пролет се отразяват негативно на реколтата. Последната зима също бе тежка и се оказва губелна за между 10% и 30% от насажденията. Пролетта много закъсня и това се отрази върху развитието на розовите пъпки, коментира

Катя Кичукова, ръководител на направление „Етерични масла” в Българската национална асоциация по етерични масла, парфюмерия и козметика. Друг проблем според нея е недоброто стопанисване на някои от розовите градини. Храстите не са почистени от изсъхнали и поразени от розен агрилуз клонки. Причините са в липсата на средства, недостигът на работна ръка поради обезлюдяване на селищата от розопроизводителните райони.

## Реколта

Всеки розопроизводител организира брането на розов цвят, като броят на наетата работна ръка е в зависимост от площта, с която разполага. Преди няколко години осигуряването на берачите беше проблем. Сега хората търсят възможности за допълнителен доход и се включват в кампанията. Използва се нискоквалифициран труд, което оказва негативно влияние върху организацията на процеса, коментират от Института по розата.

Цените на розовия цвят зависят от търсенето на пазара, добивите за конкретната година, заплащането на розоберача и наличието на достатъчно желаещи да се включват в прибирането на реколтата. Средните добиви за страната са около 240-250 кг/га, като в грижливо гледаните градини добивът може да достигне дори до 700-800 кг/га в добрите реколти. През последните няколко години стойността на килограм розов цвят е между 1,60-2,00 лв. За тази година се очаква леко поскъпване заради очертаващите се пониски добиви. Цените обаче ще зависят от заявките на купувачите, количеството

розов цвят на пазара и най-вече от финансовите възможности на преработвателите при тези цени на горивата, уточняват от асоциацията по етеричните масла.

## Количество и цена

Розопроизводството е частен бизнес, който успя да се съхрани и развие в годините на прехода, а добивът и търговията с розово масло остава фирмена тайна. Затова и никой не разполага с точни данни за произвежданите количества и за цените, на които розовото масло се търгува. По индикативни данни в България се произвеждат около 1500-1800 кг розово масло годишно, изчисляват в Института за розата. Цената варира в зависимост от търсенето и предлагането на световния пазар, определящо обаче е качеството на маслото. „Булат-тарс”, „Еньо Бончев Продакшън”, „Интермед 1” и „Лавена” са сред най-големите производители и търговци на етерични масла у нас.

През последните 2-3 години се очертава цена от около 4500 – 5400 евро/кг за конвенционалния продукт и над 6000 евро/кг за биологично розово масло. Според производители през 2011 г. стартовата цена за килограм от продукта е била 5 хил. евро. „Розовата кампания през 2011 г. беше тежка, а търговията затруднена от продължаващата икономическа криза: търсенето бе свито, а изискванията на клиентите - все по-завишени. Биологичното розово масло се радва на засилен интерес”, обобщава Катя Кичукова.

България продава розово масло на Франция, Германия, Италия, САЩ, Великобритания, Русия. През последните години продуктът печели популярност в Япония – включват го като хранителна добавка, използват го в ароматерапията и фармацевтичната промишленост, не само в козметичната индустрия. Китай и някои страни от Югоизточна Азия и Близкия изток също купуват.

## Приложение

Японска фирма произвежда бон-





бони със съдържание на розово масло от бяла маслодайна роза, предназначени за повишаване на жизнения тонус и настроението. Друга тяхна компания съчетава две в едно топпродуктите на България и предлага кисело мляко с добавка от розов цвят.



Французите ползват българското розово масло, за да правят парфюми, а германците влагат ароматния продукт предимно във фармацевтични изделия.

Извършват се множество изследвания за приложение на розовото масло във фармацията и ако проучването в тази насока прогължи, това означава, че търсенето ще нарасне. Различни автори съобщават за антибактериална и антимикробна активност на етеричното масло, антиоксидантно и антибактериално въздействие на екстракта от рози, противокашличен ефект на воден и етанолов екстракт от маслодайна роза, антиспин активност на чиста смес, изолирана от *Rosa damascena*, за значението на екстракта от рози като естествен противослънчев и защитен фактор, за употребата на сушен розов цвят като чай с антиоксидантен ефект. Токсикологичните проучвания на етеричното масло са в подкрепа на неговата безопасност, разказва проф. Негко Негков.

## Новости

Въпреки лошото си финансово състояние Институтът по розата поддържа всички сортове маслодайни рози и един доста голям набор от видове, образци и колекционни номера. Подадени са заявки за изпитване на нов сорт бяла маслодайна роза и един хибрид маслодайна роза. В следващите години обаче е необходимо възможно най-бързо да започне внедряване в производството на по-висо-

институт, уверява проф. Негков. Научните проекти са свързани с подобряване на агротехниката, биологичното производство и селекцията при маслодайната роза.

Розопроизводството е традиционна и госта консервативна дейност. Новите подходи

в областта на отглеждане на насажденията са свързани с капковото напояване, изпитване на нови конвенционални средства за борба с болести, неприятели и плевели, както и биологично отглеждане на маслодайна роза.

„През 1902 г. е въведен първият парен гестилационен казан, а след Първата световна война се въвеждат флорентинските съдове. Гюлпаните отпадат от употреба, но новите технологии запазват принципите на производство. Има различни подобрения, но грастични промени няма. Качеството на крайния продукт зависи от натрупаните във времето умения на работещите и климатичните особености на Розовата долина като цяло. Така че иновациите не бива да се разглеждат като необходимо условие за развитие в правилната посока”, твърди Катя Кичукова.

## Развитие

Благодарение на многогодишната селекционна работа в производството е въведена и масово се отглежда популация маслодайна роза, която осигурява едно стандартизирано качество на розовото масло. В миналото насажденията са били по-пъстри, популацията – неизравнена, добивите - сравнително ниски. Розопроизводството е било организирано като малки фамилни насаждения, които са отглеждани грижливо, изключително ръчно и само с естествени торове.

В технологията на преработка

## СТАТИСТИКА

✓ **Общата площ на насажденията от рози в страната е близо 37 хил. дка**

✓ **Средният добив за 2010 г. е 231 kg/gka, като са произведени 8547 т розов цвят. Средният добив на розов цвят през 2008 г. е 264 kg./gka; 2009 г. - 261kg/gka; 2011 г. – 240 kg/gka**

✓ **Възможностите за субсидиране създаването и отглеждането на насаждения от рози, за закупуване на селскостопанска техника са чрез Програмата за развитие на селските райони:**

➔ **Мярка 112 „Създаване на стопанства на млади фермери”. Към настоящия момент мярката е с изчерпан бюджетен ресурс и не се приемат заявления за подпомагане.**

➔ **Мярка 121 „Модернизиране на земеделските стопанства”**

➔ **Мярка 123 „Добавяне на стойност към земеделски и горски продукти”**

➔ **Мярка 141 “Подпомагане на полуазарни стопанства в процес на реструктуриране”**

**ДАНИИ: Министерство на земеделието и храните**

кодобивните сортове „Янина” и „Елейна”. При необходимост ИРЕМК има възможности да произвежда посадъчен материал, тъй като разполага с маточни насаждения и оранжерии. Освен това най-ефективната и единствена до момента технология, по която се произвежда посадъчен материал от маслодайна роза, е създадена в нашия





е запазен основният принцип за извличане на розово масло – парна дестилация, въведена през 60-те години на XIX в. По-късно тя е модернизирвана. Съвременните частни дестилерии са в голяма степен автоматизирани, което води до повишаване на ефективността на производството. Старите бакарени казани са заменени с нови, изработени от съвременни материали. Качеството на розовото масло се контролира със съвременна техника.

От асоциацията по етеричните масла уверяват, че като литературен образ на българския търговец през XIX век визията и поведението на Бай Ганьо са останали в миналото, поне що се отнася до техния бранш. Розови градини има въпреки финансовата криза, въпреки обезлюдяването на малките селища и независимо от смените в собствеността - частна, кооперативна и пак частна. Не са малко и дестилериите за розово масло.

Освен розово масло в последните 2-3 години у нас се произвеждат и големи количества лавандулово масло, като България стана лидер в това отношение. Търгува се около 90 евро за килограм. Цената е такава, защото се получава от 70-100 kg цвят, докато за същото количество розово масло са необходими около 3,5 т розов цвят. Годишният добив вече достига 40 т. Изнася се във Франция, Германия, САЩ, Италия, Холандия,

Югоизточна Азия. Етеричните масла от лайка, маточина, зрабец, босилек, хизоп се произвеждат от отделни производители в минимални количества. Но най-скъпите са от маслодайна роза, маточина и лайка.

„Течното злато“ на България изтича като суровина, вместо страната да се възползва от това свое богатство и да прави висока добавена стойност, като изнася уникални козметични и фармацевтични продукти. Според твърденията на наши производители на пръстите на едната ръка се броят българските фирми, които купуват розово и лавандулово масло, за да го влягат в свои продукти. 🍷



## По хълмовете на времето

Първите данни за розови насаждения на Балканския полуостров са от XVII век, като розите са били отглеждани в областите около Одрин. На територията на днешна България първите документални сведения за розови насаждения са от 1712 г. в землището на с. Войнягово, Карлово. В средата на XIX век започва да се споменава и Розовата долина — общо наименование на подбалканските котловини в района между Казанлък, Карлово и Стрелча. По размери Розовата долина е една от най-големите розови градини в света, а качеството на произвежданото розово масло от местния сорт „Казанлъшка роза“ е ненадминато. Още преди Освобождението у нас е имало около 10 000 дка насаждения и количеството произведено розово масло е достигнало до 1000 kg годишно. Най-големи площи са засадени и отглеждани около Първата световна война — около 90 000 дка. В следвоенните години розовите полета намаляват с две трети. След голямата криза през 30-те години на миналия век розовите насаждения са почти унищожени. След Втората световна война и тази индустрия е национализирана. Държавата се заема с политика за възстановяване и развитие на розовите градини в Розовата долина.



ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Хората с късмет знаят, че и при най-голям провал за гругите тяхната щастлива звезда ще изгрее. Така при посещението на българската правителствена делегация в Катар в средата на март т. г. министър-председателят шейх Хамад бен Джасем бен Джабер Ал Тани пожелава още по време на официалната среща да се запознае с производител на розово масло, тъй като добре знае, че страната ни се слави с този продукт. Външният министър Николай Младенов веднага кани на разговор Филип Лисичаров, който е включен в бизнес делегацията. Късметът внезапно проработва!

### Розовар бе моят дяло

Филип Лисичаров не е от хората, влезли случайно в бизнеса с ценния продукт, а е човек, който носи генетичния код на производител на розово масло. Неговият прапрадядо Еньо хаджи Бончев е роден през 1876 г. в Казанлък, завършил Робърт Колидж в Лондон, след което и Лионското бизнес училище. През 1909 г. създава розоварна в с. Търничене и започва да доставя розовото масло на световните парфюмерийни фирми. Филип е роден век по-късно през 1975 г. Завършва английската гимназия в София и започва да учи икономически отношения в „Нокс Колидж“, щата Илинойс, когато през 1992 г. старата розоварна е реституирана. Като приключва следването си и успешно се дипломира, се завръща в България и семейният бизнес му бива поверен. Пряк наследник на именития производител е майката на Филип - Екатерина Бончева, дългогодишен журналист, а в момента член на Комисията по досиетата. Баща му Димитър Лисичаров е кинооператор, но поради липсата на средства за български филми в годините на демокрацията той постепенно се отказва от професията и се заема с ръководството на



При нас компромис с качеството е невъзможен, тъй като и нашите потомци ще намират бъдеще в розовото масло, твърди Филип Лисичаров

# Генетичният код на един търговец



Филип Лисичаров завършва икономика в САЩ и се заема да възроди бизнеса на своя прапрадядо Еньо Бончев





земеделската част от производството на розово масло. Филип става собственик и изпълнителен директор на семейната фирма „Еньо Бончев Продакшън“ - пряко отговаря за маркетинга и продажбите, той дирижира и стратегиите за разрастване.

### Любов необяснима

„Няма нищо по-хубаво от това да произвеждам в родината си и да обикалям света, за да търгувам. За мен розовото масло е не просто бизнес, за нашата фамилия то е живот. Иначе при много добра оферта бихме могли да го продадем, но за нас това е недопустимо. Предлагам продукт, признат като номер едно в света. Остава да убедя клиента, че трябва да купи точно от нас, а не от друг“, е „тайната“ на Филип Лисичаров. За розите и розовото масло той може да говори

с часове. Разказва как наскоро бил в Япония, където розата е като религия: „Ценят я много повече, отколкото ние, българите. Те разбират, че розовото масло е уникален продукт. Установили са, че съдържа над 250 компонента, от които половината са познати на науката. Другата част са в толкова малко съдържание, че дори не се знае какви са. Доказали са, че розата не просто е красива, а тя има ефект върху здравето и самочувствието на хората, и го прилагат.“

### В свои вогу

От 1992 до 2000 г. ползват бивши технолози от „Българска роза“. Сега са обучили нови кадри и фирма „Еньо Бончев Продакшън“ има добър екип от млади хора, които са черпили от споделения опит на доказани професионалисти. Компанията инвестира в

нови гестилерии и в по-високи технологии, автоматизира процесите, за да е необходим по-малко ръчен труд. Всяка година подготвят нови кадри.

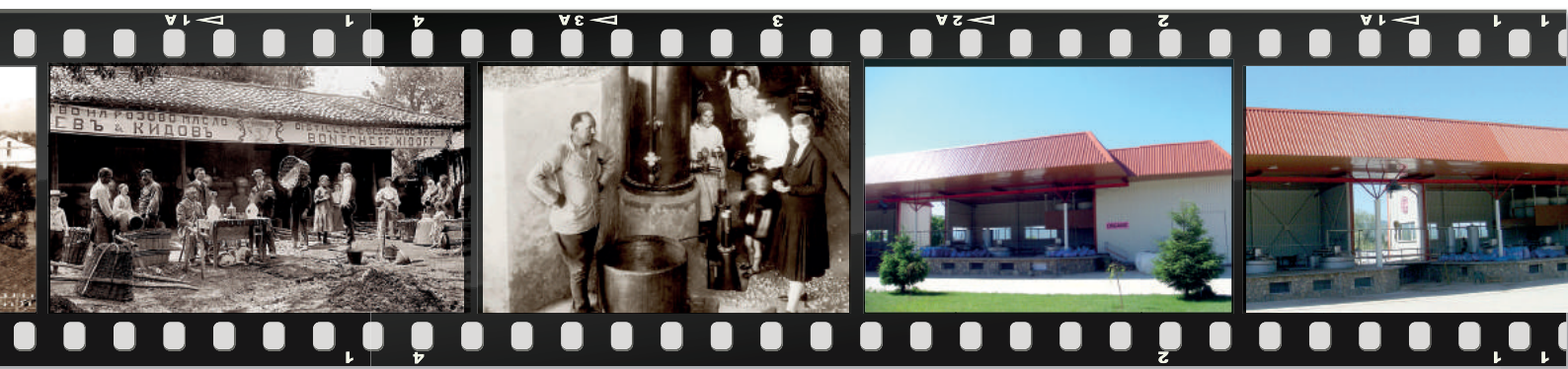
Качеството на продукта започва от качественения посадъчен материал. В кампанията по брането се следи как и кога цветът е бран, как е транспортиран и колко бързо пристига от полето. От значение е в кои часове диапазон суровината се бере. Техноложът трябва добре да познава целия цикъл на производство и да контролира всяка стъпка. От значение е дори дали в деня преди брането е имало много слънце, или е валил дъжд. Заетостта в някои моменти от кампанията е 24 часа в денонощието и затова един технолог не е достатъчен. Наели втори, за да са сигурни, че в най-усилната част от годината ще има двама специалисти, които да държат под око цялото производство. Лисичаров е убеден, че непрекъснатото следене на качеството дава отражение върху по-добрия икономически ефект на предприятието.

Насажденията им са сертифицирани като био, а конвенционалното производство на розово масло, се базира на гобивите на розов цвят, които изкупуват от фермери, с които работят от давна. Преди 15-ина години започнали да произвеждат и да предоставят разсад на земеделски стопани, а те поели задължението в следващите години да се издължат чрез розов и лавандулов цвят, който ще получат от тези насаждения. Така се създадо взаимно доверие с производителите-



Министър-председателят на Катар шейх Хамад бен Джасем бен Джабер Ал Тани пожела да тисне ръката на един български производител на розово масло





Филип и Димитър Лисичарови имат традиция всяка година да си връзват лента, напоена с розово масло. Такъв „почетен знак“ получава и добър техен японски партньор

Филип  
Лисичаров:

## Управляващите идват само да се снимат

Е  
А  
Н  
О  
  
К  
Ъ  
М  
  
е  
А  
Н  
О

Не искаме пари от гържавата, очакваме от нея да направи нещо за имиджа на българската роза и на розовото масло по света. Този сектор е много малък и никого не го е грижа за него. Но това производство ще остане и след това правителство, и след следващото. Каква по-добра възможност нашата гържава да е разпознаема по света...

През годините по време на розова кампания и на празниците на розата в дестилериите ни са идвали всички министър-председатели, с изключение на това правителство, за да се снимат. Но всичко свършва с медийната им изява. За сектора не се прави нищо съществено, а всеки от нас е оставен сам да се бори с проблемите.

лите на суровината. „Когато има недостиг на розов цвят, мнозина опитват да отнемат от установените фирми някои от гоставащите им на суровина. Вместо да развиват нелоялна търговия, им препоръчвам да създават свои насаждения, както и мрежа от предани гоставащици”, коментира Лисичаров.

### Качество и пак качество

Младият предприемач е убеден, че розата е деликатно растение, което изисква много грижи. Особено ако се отглежда по биологичен начин. Нужен е много ръчен труд, а по време на кампания трябва отлична организация за прибиране на реколтата. Около 30-40 дни трае производственият цикъл в добива на розово масло, а лавандуловото отнема около 20-30. При лавандулата се използват машини, а розата се бере само на ръка. Така производството на розово масло няма

как да стане масов продукт. То може да достигне общо 2 т годишен добив, но за повече едва ли ще се намери потенциал. Ето защо младият търговец твърди, че на световните пазари има място за всички фирми производителки, борбата не е за пазари, а за запазване и развиване на розопроизводството, както и за поддържане на безкомпромисно високото му качество. Според него обаче времето на Бай Ганьо не си е отишло. Все още има производители, които мислят как да спечелят днес, без да ги е грижа градят ли перспектива за бъдещето.

Филип Лисичаров е член на ръководството на сдружение „Българско розово масло“ и в момента организацията се е зела българското розово масло да получи статут на защитено географско указание в ЕС. Тогава само фирми, които произвеждат качествен продукт, ще имат право да слагат такъв етикет и да търгуват с него. 🍷



**Обединенията от фирми и организации с обща бизнес цел у нас се нароиха в последните години. Но трудно пускат корен на родна почва**

ЯНА КОЛЕВА

Когато Симеон Сакскобургготски беше министър-председател, все още бяхме във времето на предприемаческите програми. Тогава заради една от тях влезе в обращение понятието клъстер. „Клъстер ли, това пък какво е?“, питаше всеки, който за пръв път чуваше тази дума. Като министър на икономиката Лидия Шулева обясняваше, че на английски cluster означава грозд, а в икономиката това понятие се използва за група от взаимосвързани фирми с обща стратегическа цел.

Към днешна дата се оказва, че клъстерите в България са много, но вместо грозд от успехи, има низ от проблеми. По данни на Асоциацията на бизнес клъстерите имаме 42 клъстера и клъстерни инициативи. Със средства по предприемаческата програма ФАР са били финансирани 12, но към момента от тях функционират само 5, а по ОП „Конкурентоспособност“ има 8 подписани договора, които се изпълняват, един е прекратен, друг е в процес на подписване. Според представители на асоциацията броят на този вид бизнес кооперации вече надхвърля 50.

Това показва, че близо 10 години, след като чуждицата започна да се произнася и по нашите земи, е нараснал броят на хората, които знаят какво влагат развитите страни в този термин. Но онези, които са се нагърбили с нещо като „клъстерно генно инженерство“, усещат, че тук климатът не е много подходящ и затова чуждите практики трудно пускат корен. Потвърждават го и цифрите, които красноречиво сочат, че на петата година от старта на програма „Конкурентоспособност“, чрез която и клъстерите се подпомагат, има договори за под 2 млн. лв. при близо 30 млн. лв., предвидени за подпомагане. Одобрените проекти са в сферата на туризма, електромоби-

# Киселото грозде на клъстерите





Бизнесът вярва, че въпреки трудностите, верният път за развитие на клъстерите у нас ще бъде намерен

лите, металолеенето, енергетиката, облекло и текстил, морска индустрия. Така приказката за клъстерите по нашенски придобива вида на баснята за киселото грозде.

## Подводни рифове

Според представители на действащите бизнес мрежи сегашният модел на финансова подкрепа не дава възможност членовете на клъстерите сами да изпълнят дейностите по одобрения проект, а трябва да ги възлагат на външни фирми. „Абсурдът е, че се обединяваме, за да работим заедно, а всъщност ОП „Конкурентоспособност“ не ни позволява да го правим, тя ни задължава да ауторсорсваме дейностите към други организации. За да ползваме услугите на наши членове, те трябва да напуснат клъстера”, реагира председателят на клъстер „Металолеене“ Дамян Дамянов. „Икономическите взаимоотношения между юридическите лица в клъстера са замразени, тъй като се счита за конфликт на интереси. Това е парадокс, защото в клъстера може да са компании, които са конкуренти, но те са си подали ръка, за да може заедно да направят нови продукти с висока добавена стойност за нови пазари. Правилата за подпомагане са паразитни и не стимулират вътрешното развитие на подобна структура. Така например разполагаме с помещение, което може да се използва за нуждите на клъстера, но няма да го признаят като разход, а трябва да наемем друг офис”, отсича ръководителят на клъстер „Мехатроника и автоматизация“ инж. Венцислав Славков. Според него смисълът на подобно коопериране е да се създадат нови продукти и ако се получи своевременна помощ

от гържавата, това може да стане много по-бързо. Клъстер „Мехатроника и автоматизация“ има опит с проект по програма ФАР и след изпълнението му връзката между отделните организации не само не се разпада, но се задълбочава.

Ето защо на среща със зам.-министъра на икономиката Жулиета Хубенова, проведена в средата на април, бе поискана спешна промяна в правилата за финансиране на схемата за клъстерите. Г-жа Хубенова добре познава проблемите, които бизнесът у нас среща в хода на изпълнението на различни финансови програми. Тя прояви пълно разбиране и обеща съдействие, но обясни, че подобен род „системни грешки“, трудно се поправят заради тромавите процедури на Брюксел. Като зам.-министър, отговарящ за ОП „Конкурентоспособност“, Хубенова пое ангажимент всички необходими усилия да бъдат направени.

## Истинските стимули

Ако зададете въпроса кое в България е стимулирало създаването на 40-50 клъстера, отговорът може да е: „Възможността да получат финансиране по различни програми“. Вероятно това никак не е галеч от истината, не на шега смята Веселин Василев, изпълнителен директор на клъстер „Аерокосмически технологии“. И уточнява, че не само по ОП „Конкурентоспособност“ може да се получи подпомагане, тъй като в ЕС също има програми, които стимулират създаването на клъстери и на транснационални обединения.

И все пак, какво се случва с клъстерите в България? „Съберете механично пет компании и им възложете да изпълнят общ проект.

Единият отива с тесла и трион, а другият с лазерен уред. Единият ползва остаряла техника, а другият – модерна апаратура. Биха ли могли да работят? Обединение от фирми може да се превърне в клъстер, когато има общи цели, общи задачи, общо управление, но и високо ниво на компетентност. Някои са с нагласата, че наготово може да получат торба с пари и успехите да ги споделят. Това няма как да стане, ако хората, които създават клъстер, не се въоръжат с търпение, не са готови за години упорит труд и не са убедени, че има ниша на пазара, която заедно могат по-лесно да достигнат”, обясняват от ИСТ клъстера. За разлика от политическите партии няма ограничение една компания да членува само в един клъстер, тъй като участието в такива структури се прави заради възможността да се разшири територията за бизнес. Клъстерите съществуват, защото дават потенциал за развитие на икономиката. В Германия например около 38% от икономиката се дължи на клъстерите и тази тенденция ще се задълбочава. В България обаче подобно коопериране е по-скоро едно добро намерение.

## Трябва ли да сложим рамки

„Понятието клъстер не е дефинирано в правния мир. Необходимо е да има ясни правила на играта за това как работи една клъстерна организация. Както при шаха – правилата са ясни, но партиите имат безкрайно много възможности. Сега администрацията прави свободни интерпретации, че „клъстерът може би може да прави това и това, но може би не може“ – уверява Веселин Василев.





# ЦЕЛТА ни е

**Петър Статов,**  
председател  
на ICT  
Клъстера:

Клъстерът е обединение на фирми, научни организации, маркетингови агенции, регионални или общински структури, които си поставят за цел с общи усилия да направят пробив в технологиите или услугите и да излязат на нови пазари. За разлика от браншовите организации, още при самото

създаване клъстерът си поставя ясна бизнес задача. Ако поотделно не са имали патенти, то две години по-късно новата структура

**Ако поотделно членовете не са имали патенти, то две години по-късно клъстерът трябва да е подготвил 1-2 патента и оборотите да са нараснали 3-4 пъти**

Сложат ли се обаче законодателни рамки, има опасност да се отиде в другата крайност и да се ограничи развитието на клъстерната система у нас, предупреждава Жулиета Хубенова.

Зададете ли въпроса какво всъщност е клъстер, ще чуете различни интерпретации. „Тази организация в своята същност е най-близо до консорциума. Обединението се прави, за да се постигне цел, която отделните организации трудно биха достигнали. За разлика от клъстерите, консорциумите се създават само за един проект и когато той бъде изпълнен, обединението се разпада. Клъстерът обаче е нещо като постоянно действащ консорциум”, обяснява председателят на клъстер „Аерокосмически технологии”. В момента това обединение е в ситуацията през стъкло да гледа кацата с меда и да не може да си облизне пръста.

## Висока летва


В клъстера по аерокосмически технологии членуват 23 организации, сред които фирми, научни институции и университети. Събрани са съмишленици от цялата страна, които имат желание да развият продукти в областта на космическите изследвания. Заели са се със създаването на български спътник с комерсиално приложение. Вярват, че имат потенциал да направят и система от спътници, но процесът върви бавно,



**Председателят на Клъстер „Мехатроника и автоматизация“ Венцислав Славков (вляво) и ръководителят на ICT Клъстера Петър Статов не са конкуренти, а са хора с обща мисия**

тъй като трудно се намира финансиране. „Това устройство не е просто поредната научна разработка, то ще носи приходи за клъстера и неговите членове. България има над 40 години опит в сферата на космическите изследвания и технологии, а точно тези технологии имат най-бърза възвращаемост на инвестицията. Космосът вече не е романтика, а бизнес”, твърди Веселин Василев. Да, но този бизнес е за други. Европейската космическа агенция (ЕКА) годишно разпределя над 4 млрд. евро. България обаче не участва на този пазар, тъй като все още не е взето политическо решение нашата страна да се присъедини към ЕКА. Така пазар за 4 млрд. евро е затворен за българските фирми и научни институции, които работят в тази сфера. В момента клъстерът се опитва да убеди представителите на властта, че членството си струва. Неговите

членове не чакат гържавата да им даде пари, за да работят, но разчитат тя да създаде условията, които благоприятстват намерението им заедно да извършват дейност.

Холандци напомнят, че Ню Йорк, наричан някога Ню Амстердам, също не е построен за десет години. А български констатират, че вече 10 години развитието на клъстерите в страната страда от необмислени разпоредби, писани на коляно с намерението после да бъдат поправени. Англия има закони от XVI-XVII в., които до ден-днешен не са променяни, но ние не можем да се похвалим с такава законодателство. Вместо по бързата писта, клъстерите тръгнаха по трудния път. Но въпреки всичко онези, които са направили крачката към участие в такава организация и вярват, че това е верният път за развитие, рано или късно ще имат успех. 



# ТЕХНОЛОГИЧЕН ПРОБИВ НА НОВИ ПАЗАРИ

трябва да е подготвила 1-2 патента и оборотите да са нараснали 3-4 пъти. Ако това разбиране се приложи към сега съществуващите клъстери, то едва ли 10 от около общо 50-те организации ще може да се нарекат с това име. Ако в такова обединение не работи нито един човек на трудов договор, то такава организация няма. Ако един клъстер се създава с пари по някоя програма и неговият председател или клъстерен мениджър си е определил заплата над 4 хил. лв., това е много добър индикатор, че въпросната структура не преследва високи цели, и у нас не липсват такива примери. Част от клъстерите правят механичен договор за обединение, който по нищо не се различава от браншовите организации. При това положение кой прави онази

добавена стойност, която е нагсбора на резултатите на всяка от фирмите?

ICT клъстерът е организация с по-сложна структура и в нея има вертикално групиране според секторни специфики – клъстер по микро- и индустриална електроника, по телекомуникации, по уеб базирани услуги и др. Бизнес моделите им са различни, разностранни са и проблемите им. Нагтези отделни формирования ICT клъстерът стои като чадър, той е методичен и административен ръководител. Отделните малки клъстери са много слаби и ако всеки има свой административен апарат, това би било непосилно за тях, те обаче си имат отделни клъстерни организатори. Създаването на нашия модел започна през 2006 г. и той вече доказва своята

ефективност.

За разлика от другите европейски страни у нас на практика няма политика и няма реална помощ за изграждането на клъстери. Ако отидем в Агенцията за малките и средните предприятия, ни казват, че не може да ни подпомагат, тъй като не сме малко или средно предприятие. Насочват ни към схемата за подкрепа на клъстерите. Но темповете на усвояване на средствата потвърждават, че на практика липсва разбиране. Причината за ниската усвояемост е заради инерцията на държавната администрация, когато по програма ФАР имаше средства за създаване на клъстери, за да плащат на консултанти, които да ги научат какво да правят. Сега има клъстери, но изискванията механично са прехвърлени.



**БЪЛГАРСКА БАНКА ЗА РАЗВИТИЕ**

**МОСТ МЕДУ БИЗНЕСА И УСПЕХА**

**Бизнес кредити...**  
*на клик разстояние*





*Пламен Ангелов е част от екипа на „Вила Любимец“ от 3 години. Той е магистър по право, завършил е Юридическия факултет на УНСС. Следвал е Търговско и корпоративно право в един от най-старите правни факултети във Франция – Faculte de Droit et Science politique Montpellier 1.*

ФОТО: АВТОРЪТ



# Пламен Ангелов: „Вила Любимец“ е СИНОНИМ НА

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

**- Господин Ангелов, потребителят търси уникалния вкус в красиви бутилки, но какво в производството на вино остава зад кадър?**

- И в бизнеса монетата има две страни. Купуването на земята, засаждането на лозя, времето, в което те стигат до плодотдаване – всичко това е труден период, в това число и във финансово отношение. Освен това реколтата винаги е подвластна на капризите на природата и качеството на гроздето много се влияе от времето. Във „Вила Любимец“ сформирахме отличен мениджърски екип, събрахме професионалисти, които разбират от лозето до търговията с вино. Гледаме с оптимизъм напред въпреки тежките времена за винопроизводството.

**- Кое създава тази тежест – конкуренцията, кризата или...**

- В последните 20 години българското винопроизводство претърпя сериозни промени. Много от външните пазари бяха загубени, но в Националната лозаро-винарска камара сме се заели да решим тези сложни проблеми. Огромна е

конкуренцията на вината от новия и от стария свят.

**- В България бяха направени и много нови изби.**

- Избите станали много, а контролът беше занижен. Така на вътрешния пазар се предлага 2 литра вино за 2 лева.

**- Под каква цена виното не е от грозде?**

- Под 4.50-5 лв. за бутилка от 0.75 л потребителят трябва да внимава. Но себестойността на всеки продукт е различна. Нашите производствени мощности са големи и бихме могли да си позволим по-ниска себестойност. От значение за цената е дори факторът големината на серията на дадено вино. Бутиковите серии са в сегмента 15-30 лв. и повече. В този случай цената е гарант за доброто качество и ексклузивност на продукта.

**- Кои са най-продаваните вина на „Вила Любимец“?**

- През тази година пуснахме новата серия „Пагане“ и получаваме много добри отзиви от пазара. Избрахме това име, тъй като богинята Пагане не е имала равна

по красотата и гарби. Вярваме, че на българския пазар нашето „Пагане“ няма аналог по красотата на вкуса. Бяло и розе излизат тази пролет, а наесен идва червеното.

**- Какво е важно при избора в по-високата ценови сегмент?**

- Там е виното! Вкус, марка, производител със силно име и традиция – това е определящо при скъпото вино. Малко са избите, които предлагат елитни вина, защото продажбите са по-ограничени.

**- Защо да прием точно от виното на „Вила Любимец“?**

- „Вила Любимец“ е синоним на съвършеното вино. То се прави от амбициозни и ентузиастични млади хора заедно с легендарни технолози. Във виното се влагат много умения и ноу-хау. Добавяме към това специфичния тероар и сочното грозде, но основната им съставка е любов.

**- Как стигате до рецептата за най-харесваното вино?**

- Гледам като потребител. Има един интересен парадокс, че мнението на технолозите и на потребителите винаги се различава. Затова при направата на



## Години наред българските производители са били разединени, но вече заедно тръгваме напред

Вината се интересуваме първо от това какво се търси и вървим по веригата назад, за да направим еликсир, който ще се цени. Следим непрестанно пазара във всички ценови сегменти, в които продаваме. Тестваме Вкуса с таргет групи. Отминаха времената, когато виното се е правило само според това, което лозето дава като реколта, и според разбиранията, усета и уменията на технолозите. Конкуренцията е огромна, пазарът е свит, консумацията намалява. Потребителят стана възискателен към това, което пие, и към цената, на която го купува. Ако искаме да разширяваме пазарните си позиции, сме задължени да сме в постоянен контакт с консуматорите и да следим пулса на техните желания.

**- Но лозето всяка година дава различно грозде...**

- Имаме много лозя с най-разнообразни сортове грозде. Това ни позволява да варираме в купажите. Бялото „Пагане“ е изцяло купажно



Бялото „Пагане“

за повечето винопроизводители. Всеки мечтае да влезе на него, но за да се случи, са нужни сериозни финансови средства, контакти и подкрепа на местно ниво. Там са Франция, Чили, Нова Зеландия, Австралия, Северна Америка и производители, които получават от 10 до 30 пъти по-високи субсидии от нашите. На китайския пазар се търси качествено вино на много ниска цена, а такава себестойност трудно се постига.

**- В такъв случай кои са пазарите за българско вино?**

- Целият свят. Навсякъде, където България има позиции или може да направи проби. Навън се гледа не избата, а гържавата, откъдето идва виното. И затова за нас имиджът на България зад граница е от огромно значение. За промоция в трети страни по европейските програми има много средства, но пари до момента не са усвоени.

**- Чия е вината за това?**

- Не търся кой е крив, кой

# СЪВЪРШЕНОТО ВИНО

Вино от шардоне и совиньон блан в съотношение, което е технологична тайна. То е с уникални вкусови качества. Потребителят започна да предпочита купажните вина, тъй като се получават комбинации със забележителен вкус.

**- В кой ценови сегмент е „Пагане“?**

- В сегмента 6-8 лв. Единствено в него има ръст, а не спад на пазара.

**- Доколко виното в този ценови сегмент е само от грозде?**

- „Вила Любимец“ прави само и единствено вино от грозде. Име и доверие се градят трудно. Затова никои сериозен производител не би си позволил да предлага вино „с вкус на...“ шардоне например. Марка се създава с години, а малките камъчета обръщат колата. Секторът повече не би желал да страда заради това, че някой прави имитации. „Вила Любимец“ няма икономически интерес да не произвежда от грозде. Имаме над 5 хил. дка лозя все пак.

**- Не гледате ли към китайския пазар?**

- Китайският пазар е химера



„Пагане“ - резе

- прав. Откривам проблема и намирам решение. Гледаме напред, показваме възможности, не крием своите амбиции и затова получаваме подкрепа от гържавните институции. Усещаме, че гържавата застава зад винопроизводителите. Така една от първите изяви на президента Росен Плевнелиев бе свързана с популяризиране на виното като продукт от национално значение. Проблемите са, за да бъдат решавани, а и комунизмът свърши. Колелото се върти, поколенията се сменят. Ние, младите, идваме и искаме нещо по-добро. Следвах търговско и корпоративно право във Франция и можех да остана там, но предпочетох да се върна. Важно е младото поколение да повярва и да се захване за работа, трябва да изискваме, но и да не забравяме, че „Съединението прави силата“. Години наред винопроизводителите са били разединени, но вече заедно тръгваме да решаваме проблемите и да вървим напред.

**- По пътя на виното ще познаем резултата от усилията ви.**

- In vino veritas! 🍷



**Вместо да носят лесни печалби, много от недвижимите имоти вече са тежест за собствениците им. Има ли решение?**

*2007-а ще е първата година на стабилност и спокойствие на пазара на имоти. Ако 2006 г. беше годината на моловете и земята, то 2007-а ще е годината на логистичните проекти. Моловете бяха мерцедесът при търговските площи, но най-голям беше броят на сделките за земя, без да се подценяват ваканционните и луксозните имоти, където цените се повишиха с около 10-15%. Ех, времена, времена... А сега махалото е в другата крайност: Празен имот в баланса на една банка е проблем, продадена недвижимост и клиент на банката, който изплаща ипотека, вече е бизнес. Не са малко онези инвеститори, за които „Има имот“ в момента е равнозначно на „Има проблем“.*



#### ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Спомняте ли си играта „Черен Петър“? В нея цел на всеки участник е да се освободи колкото се може по-бързо от картите и при приключването на играта да не държи Черен Петър в ръката. В подобна ситуация с губеща карта в портфейла са много компании, които по време на бума се поддадоха на общата еуфория и направиха инвестиция заради самата инвестиция. Бързината, с която се продаваше, създаде впечатление, че „философският камък“ вече е открит и всичко

се превръща в злато. Така някои набързо направиха проекти за лесна печалба и взеха кредити. Но през 2008-а балонът се спуска и постепенно повечето оптимистични планове потънаха. Освен това след приватизацията много компании се оказаха с активи, които днес носят много разходи - вили и общежития, почивни станции, лечебни и рехабилитационни центрове на бившите социални предприятия. В годините на имотната треска тези пригодности изглеждаха като шестици от тотото, но сега влекат огромни данъци, трябвават и сред-



# Черен Петър в портфейла



ства за поддръжка.

Наличието на подобни активи означава компанията да осигури или високо професионално управление, или своевременно да намери начин да се раздели с този имот. Много фирми се нуждаят от подходящо решение за недвижимостите, които не са свързани с основния предмет на тяхната дейност. Предлагат го някои от онези, които по време на бума брояха секундите в покачването на цените. Бизнесът си е бизнес!

Точно сега „Лукойл Нефтохим Бургас“ работи върху продажба-

та на четири свои имота, които не са свързани с производството на горива и са един вид социално разточителство. Твърди се, че решението е взето на глобално ниво концернът да се освободи от активите, които не са свързани с пряката дейност. В тази ситуация на пазарен вакуум за продажба ще излязат и имотите на АДИС.

## Коренът на проблема

„Анализираме конкретната ситуация и запознаваме клиентите-

те с възможностите за управление на техните портфейли от имоти. При липсата на собствен ресурс от квалифицирани кадри с ноу-хау аутсорсването на тази дейност би довело до по-добри резултати”, обяснява Добромир Ганев, управляващ директор на GVA Sollers Solutions. Според него компаниите, които имат портфейли с имоти, придобити по време на бума, които не са свързани с пряката им дейност, в момента само им тежат. Още повече че и кредитният им рейтинг пада, особено ако са публични компании. Ликвидността на собствения капитал е по-ниска и това се отразява на техните акции. В тази загърнена улица влязоха фирми и предприемачи, които пренасочиха финансови потоци към придобиването на собственост. Те купиха парцели и се заеха с реализацията на големи обекти, които не са свързани с основния предмет на тяхната дейност. Подобен процес трае над 3-4 години. Много от тези проекти по време на бума не бяха създавани концептуално правилно.

Но тежестта започна да се усеща, когато пазарът рязко се срина заради ипотечната криза в САЩ през 2008 г. Така вече три години някои компании се борят с последствията от неразумната инвестиция. Голяма част от ръководствата на тези дружества все още не осъзнават, че собствеността като портфейл може да се оптимизира. Нужно е да се направи добра преценка как въпросните имоти да носят



Вместо печалби някои бизнесгради носят само проблеми



приход.

## Отвъд емоциите

Отдаване по наем, продажба, търсене на партньорства, чрез които тези проекти да бъдат оживени. Голямото портфолио от недобре фокусирани имоти създава редица трудности – на собствениците, на банките кредитори, а поради липса на добри проекти на пазара дори се чувства дефицит в определени сегменти. Създавани по време на бума, много от сградите не са адекватни на сегашната ситуация. На практика големият ресурс, прибързано вложен в парцели, земи, недовършени сгради, бетон, не работи и не създава

добавена стойност.

Собствениците на портфейли с проблемни имоти, ако досега не са намерили изход, е добре да потърсят консултанти, които да направят анализ и да предложат решение. Но собствениците все още разсъждават емоционално. Те вече са наясно, че когато цените падат, това време не работи за продавачите. Но трябва да си дадат сметка какво губят, ако го продадат на ниска цена, и какво ще им струва, ако го задържат. Според Добромир Ганев скоро едва ли ще се върнем към ценовия възход при имотите. Добрата новина за тези, които вече са инвестирани, е, че спадът вече е овладян и дори да го има, той е в

рамките на 5-7%. Поради натиска на пазара разумът започва да надделява и в решенията си за бъдещето на имотите инвеститорите стават по-малко податливи на емоции.

## Могел на лечение

Когато ножът е опрял до кокала, собствениците се насочват към консултанти за съвет, а после някои сами се заемат с реализацията. Дори в редица случаи банките кредитори препоръчват да се потърси специализирана подкрепа в решаването на проблема. Необходимо е да се вникне дълбоко в ситуацията, но за целта е нужно доверие между двете страни. Подписва се дого-





Няма собственост, която да не може да бъде продадена, всичко е въпрос на цена, казва Добромир Ганев

Вор за конфиденциалност.

Пазар все още има, но основно се купуват жилища и земеделски земи, твърдят от националната компания за недвижими имоти „Форос“. Няма собственост, която да не може да бъде продадена, всичко е въпрос на цена. Имотът трябва да се оцени справедливо, да се направи добра концепция и тогава собственикът да прецени дали е готов да се раздели с него, или да инвестира нови средства в нова функционалност. Продажбата или промяната на предназначението на един имот е въпрос на подход. „Проблемите, с които сега се сблъскваме, трябва да ни помогнат да ги избегнем на по-късен етап“, посочват от GVA Sollers

Solutions.

## Подход

Едно е да се продава гарсо-ниера в София и съвсем друго – почивна станция на предприятието. Тогава е необходим бюджет, за да се стигне до крайните клиенти – те са много по-малко и първоначално профилът им трябва да се идентифицира. Може дори да са в чужбина. Затова когато се стартира консулт по управлението на един имот или на портфейл от имоти, задължително се включва стратегия за маркетинг, прави се SWOT анализ, както и анализ на пазара, сравнява се с конкурентни проекти. След това се разработва план за

действие, оценяват се проблемите, уточняват се рекламните бюджети, като всичко това трябва да получи одобрението на клиента, за да се пристъпи към реализация. Най-доброто решение за даден имот се търси индивидуално, а не по принцип, като задължително пред собствениците се доказва, че то е най-подходящото за настоящата ситуация. Проблемите са различни и решенията трябва да се намират съобразно конкретния случай. Ако не се създаде вярната концепция или ако тя не бъде правилно реализирана, може да се влезе в нов лабиринт.

Вариант е една офис сграда да се прекрои в жилищна, но всичко да е съобразено с търсенето в





Застраховахме бързо...


момента. Прави се нов проект и нова инвестиция, но това е цената да се постигне ликвидност.

## В дълбоки води

Тънък момент е оценяването на приложимостта и възможностите, които се крият в големите проекти, навлезли в трудна фаза. За да се предложат работещи решения обаче, е необходимо внимателно да се анализира ситуацията на пазара, тъй като промените идват динамично. Преструктурирането на договори за наем е нова услуга, която се налага на пазара. Тя стана актуална, защото редица компании имат обекти, наети по време на бума, а цените вече са доста надолу. Има договори, които не позволяват корекция на наема за определен период, но на всеки собственик трябва аргументирано да му се докаже защо наемът трябва да бъде намален. Това могат да направят само компании, които имат цялостен поглед върху пазара. Услугата се заплаща само при успех.

Лошата инвестиция си е лоша инвестиция, но ако вече сте навлезли в дълбоки води, в които не може да плувате, трябва да се обърнете към опитни експерти, които да анализират проблема и да предложат план за действие. Ако имате вътрешни ресурси, може сами да го осъществите, иначе е добре заедно с консултанта да продължите до окончателния успех. Ако имотът има начин да носи доход вместо разходи, значи усилено и вложението си струват. Иначе недвижимата собственост се

руши и продължава да губи стойност. Грешките е добре да бъдат навреме коригирани, в противен случай се задълбочават.

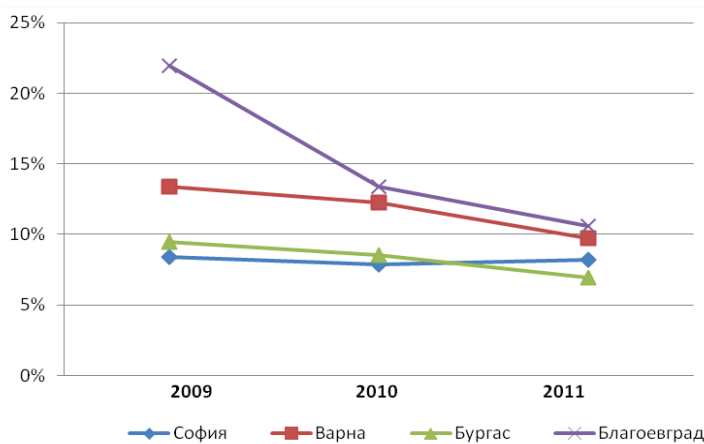
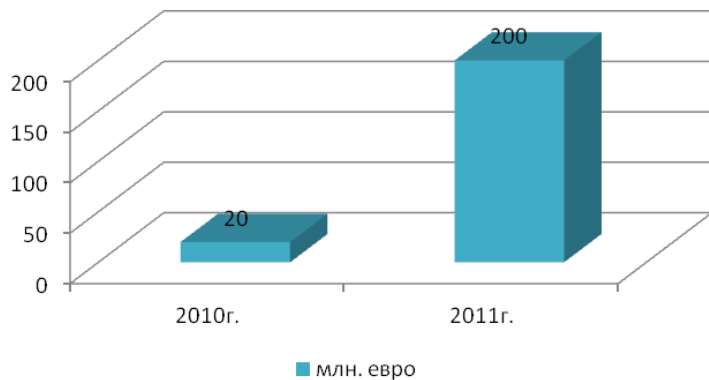
Консултантите твърдят, че на всеки актив може да се намери предназначение и полезна стойност. Въпросът е на каква цена. И в пустинята може да се направи увеселителен център, който да привлича туристи. Но дали ще си заслужава да се хвърлят средства за такъв оазис и дали рискът изобщо си струва... 

## Прогнози за 2012 г.

- ✓ Някои от търговските центрове (главно по-малките) ще променят концепцията си и ще се специализират по-тясно. Така ще се появят първите тематични шопинг средища. Положителен пример за това е проектът Mam's And Me Center във Варна, който е с уникална концепция.
- ✓ Намаляване на активността на дискаунтърите. Ще се открият значително по-малък обем нови търговски единици, а някои дори ще започнат да се „свиват“ и ще има закриване на обекти.
- ✓ По-достъпните цени на главните търговски улици ще ги направят отново привлекателни за заведенията, за разлика от търговията на гребно. Основна пречка тук би била малката площ на поме-



Инвестиции в имоти в България за 2010 и 2011г. в млн. евро



Източник: GVA Sollers Solutions

щенията и „раздробяването“ на площите през последните години с цел по-лесното им отдаване под наем.

✓ Цените и наемите ще останат сравнително стабилни. Ще продължи тенденцията за преговаряне и предлагане на различни видове отстъпки, схеми на плащане и разсрочване за новите наематели.

✓ Търговските центрове ще станат още по-предпочитани пред главните търговски улици. Причините са неуредиците и неатрактивната среда на пешеходните зони, а и като цяло липсват иновативни идеи за тяхното развитие. Търговските центрове привличат повече и по-редовни посетители чрез все по-професионално управление, допълнителни атракции и събития, както и заради микса от наематели.

**1.** Строителство на по-малки жилищни сгради. Не се очаква появата на нови мащабни проекти

**2.** Цените и наемните стойности ще се запазят относително стабилни, като е възможно да претърпят леки корекции от -5 до +2% на места

**3.** Позитивни сигнали за активизиране на жилищното кредитиране



Най-големите сделки на 2011 г.

✓ Най-голямата сделка за 2011 г. е за Mall of Sofia, който в началото на лятото бе прогаден за малко над 100 млн. евро на фонда Europa Capital, част от Rockefeller Group.

✓ Europa Capital купи за 20 млн. евро Retail Park Plovdiv. При нея той придоби регистрираното в Люксембург дружество Landmark Property Management, чиито основен актив бе търговският парк.

✓ През 2011 година гръцката компания Bluehouse Capital придоби от дружествата „И Ар Джи капитал“ 1 и 2 пакет от търговски площи за 24 млн. евро, включващ два магазина на „Практикер“ и един на „Пикадили“ в София и Варна.

✓ Офис сградата „Камбаните бизнес център“ бе прогадена за 23 млн. евро на гръцката компания Zeus Capital Partners, което беше неин дебют на българския инвестиционен пазар.

✓ Офис сградата „Изток тауър“ на столичния булевард „Г. М. Димитров“, бизнес център „Перла“ на бул. „Драган Цанков“ и централата на козметична компания „Орифлейм“ в България на колелото на 4-ти километър бяха купени от френския инвеститор Никола Рене Колонна-Валевски чрез дружеството „Бернард инвестмънтс“ за приблизително 25 млн. евро.



# Ефектът факторинг

**Добра  
търговска  
практика  
включва  
събиране на  
вземанията от  
партньори и  
доставчици при  
намален риск**

ПЕТЯ СТОЯНОВА

За стимулиране на бизнеса и печалбите от най-голямо значение е ликвидността и сигурността при планиране на дейностите. Те зависят от паричните средства, с които разполага всяка фирма на база на извършени доставки на стоки и услуги. Освен необходимостта от обратно финансиране компаниите се стремят бързо да си върнат средствата от вътрешни или експортни вземания, както и да покрият риска в случай на фалит или неплатежоспособност на търговските партньори. Най-подходящият начин за подобряване на качеството на паричния поток са възможностите на факторинг услугата.

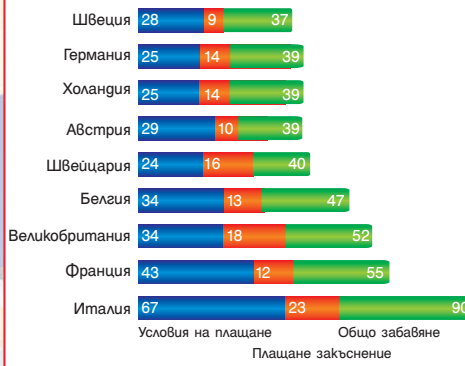
## Потенциал

Факторингът е споразумение за покупко-продажба на вземания. При него доставчикът прехвърля своите задължения от клиенти към факторинговото дружество, а вземанията се превръщат в стока, която носи средства. При търговската операция задена фирма „продава“ свои вземания (по фактури) от клиенти на трето лице в замяна на незабавно плащане, което в общия случай е по-малко от номиналната фактурирана стойност на вземанията.

„Това не е инструмент за събиране на просрочени вземания, за една или две фактури от оборота на клиентите или последна надежда за финансиране, когато всички други възможности са изчерпани. Факторингът предоставя управление на бизнеса на компании, които са в процес на растеж и развитие“, обяснява Магдалена Христова, зам.-управител на „Сосиете Женерал Експресбанк Факторинг“.



## Разсрочено плащане в някои страни от Западна Европа



„Тепърва ще се открият перспективите пред сектора убеден е Владимир Вачков, факторинг мениджър в управление „Корпоративно банкиране“ в Пощенска банка. - Факторинг пазарът у нас формира 2,7% от БВП, или малко над 1 млрд. евро.” Според него услугите за оборотно финансиране набират скорост. Само за изминалата година секторът отбелязва растеж на обемите с 83% спрямо година по-рано. Вачков прогнозира, че тази година пазарът ще нарасне с нови 35%.

## Догонване

Предимствата на факторинга са, че той се занимава с онази част при обслужване на вземанията, преди да настъпят проблеми. С излизането на пазара „на светло“ все повече фирми ще „припознават“ този гъвкав начин за взаимоотношения в бизнеса, особено в трудни времена на криза. Ще навлизат нови технологии и ноу-хау

за по-добра комуникация. Все още факторингът е финансиране е подценено, въпреки че едва 1% от целия пазар са проблемните вземания.

След 2004 г. факторинг услугите получиха популярност у нас, но все още има да навакват в сравнение със страните от Западна Европа, където техният дял заема от 5 до 7% от БВП, а във Великобритания е почти 15%. Очакванията на експертите са този бизнес да расте поне с 20-30% годишно, което означава потенциален пазар от около 17-18 млрд. лв. в рамките на следващото десетилетие.

Развитието на факторинг услугите променя и структурата на гоставчиците. В периода на строителния бум през 2007 г. голяма част от сделките бяха в сферата на строителството, суровините и материалите. През последните две години обаче, като последствие от кризата, те са предимно с производители и износители от химическата промишленост, електрониката и телекомуникациите, хранително-вкусовата промишленост и текстилната индустрия.

„През последните три месеца т.нар. локомотив на българската икономика - външната търговия, като че ли забавя темпото си, даже вероятно ще отбележи спад в сравнение със същия период за

миналата година. Трябва да привлечем вниманието на бизнеса към този традиционен инструмент на външната търговия, посочва Цветан Симеонов, председател на БТПП. - Колкото повече и по-различни гоставчици ползва една фирма, толкова се увеличава качеството на получаваната услуга.”

## Мониторинг

Факторингът се ползва с успех от фирми, които не искат да имат проблеми с партньорите си и да стигат до колекторски фирми, които събират плащанията. За да избегнат затрудненията, много от тях предпочитат да възложат управлението на прехвърлените вземания на факторингова компания. Тя финансира авансово от 70 до 95% от стойността на фактурата. Останалите пари се изплащат на гоставчика след събиране на вземанията от длъжника, а нейно задължение е да комуникира с длъжниците при решаване на търговски спорове. Компанията може да плати дадена фактура вместо длъжника, ако финансовото му положение е лошо. Тя извършва и така нареченото покритие „кредитен риск“. В зависимост от покритието и отговорността за кредитоспособността на длъжниците има два вида факторинг

## Едно към едно

Борислав Цветанов,  
управител на ДС-Концепт Факторинг:

# Застраховките срещу риск от неплащане ще растат

С около 2 млрд. лв. на година фирмите у нас се застраховат срещу рискове от неплащане. Търсенето на услугата расте, защото покрива ниша, която решава възникнали проблеми при финансирането от гоставчика към клиента. Финансовите компании, които стоят зад застраховането, не са познати на широката публика. Техни клиенти са банки и индустриални предприемачи, които не застраховат гражданите, но имат огромна икономическа мощ, защото стоят зад голяма част от финансовите операции в Европа и света. Те разполагат с информация и имат поглед върху развитието на бизнеса дори повече от най-големите световни банки. Три са големите застрахователи в Европа – германската застрахователна компания Euler Hermes Kreditversicherungs, френската финансова група Soface, която



има над 65-годишен опит в сферата на кредитното осигуряване и застраховане, и световният кредитен застраховател Atradius. Те застраховат вземанията в десет банки и знаят какво се случва именно в тези кредитни институции. Германия е добър пример в това отношение с огромен процент от износа на индустриални компании, които минава през кредитното застраховане на Euler Hermes. Най-голямата икономика в Европа стимулира покритието на риска чрез експортно застраховане и дава сигурност на германските фирми. Това има невероятен ефект – ако сте производител да сте сигурен, че ще ви се плати. Целта е да могат компанията да мислят как да произведат и продават, а не как да си събират вземанията. Ето това е гържавната политика на федералната република.



– без регрес и с регрес.

Експортният факторинг администрира и управлява задълженията на чужди фирми към български гоставчици. Отговорност на факторинговата компания е да събира вземанията на чуждия контрагент и да финансира валутата на издадената фактура. Тази услуга улеснява компаниите, защото повечето български фирми не са наясно със специфичното законодателство в чужбина. В Швеция например разплащанията се бавят около 9 дни, докато в Италия са необходими 23 дни. У нас най-масово се предлага вътрешният факторинг, който заема дял от 71% от пазара на финансовата услуга.

### 3 в 1

Факторингът поема риска да управлява, финансира и събира вземания. Някои фирми все още не са „припознали“ услугата и за да получат средства, разчитат на банково кредитиране. Факторинговото финансиране и краткосрочните банкови заеми са модели, които са взаимнозаменими и не се самоизключват. Експерти препоръчват те да са част от финансовото портфолио на фирмата. Предимствата на факторинга пред банковото финансиране за купувача са, че той получава стоков кредит, без да е необходимо да разполага със собствени оборотни средства в момента на доставката. При банков заем остават неудобства за доставчика – отложеното плащане ангажира финансов ресурс, а са възможни и проблеми при събирането на вземанията. Факторингът се получава по-бързо от банков кредит и при него няма нужда от обезпечение, защото фактурите играят тази роля. Основна трудност на търговската операция е условието за съгласие на платеца. „Често предложението за факторинг води до негативни реакции от страна на длъжника от рода на „Нямате ли ни доверие?“. Големите търговски вериги у нас отказват факторинга”, казва Светослав Дилов, директор „Управление на риска“ в „УниКредит Факторинг“.

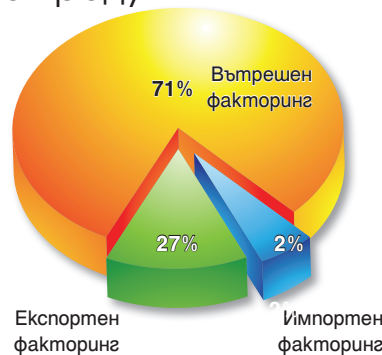
### Цената

Според различните категории фирми се изчислява и цената на факторинг услугата. Тя се приближава

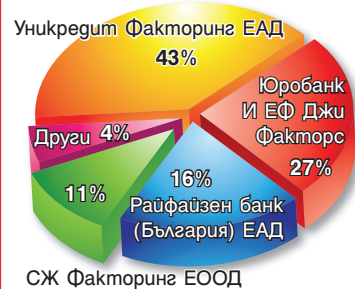
## В очакване на ратификация

Конвенцията за международния факторинг е подписана на дипломатическата конференция през 1988 г. в Отава, Канада, но още не е ратифицирана от страната ни. Дейността по изработването на споразумението започва още през 1974 г., когато управителният съвет на Международния институт за унификация на частното право (ЮНИДРОА) взема решение за включване на факторинга в работната програма на института. Предварителният проект на конвенцията, озаглавен „Унифицирани правила относно някои аспекти на международния факторинг“, е готов през май 1983 г. и е предложен за становище на представителите на държавите, членуващи в ЮНИДРОА. Този проект се преработва на три последователни съвещания от комисия, съставена от правителствени експерти и от представители на международни и национални организации като Международната търговска камара - Париж, Международната групировка на факторите – Брюксел, Асоциацията на британските фактори – Лондон и др. Конвенцията има важно значение за разкриване на характерните особености на договора за факторинг, който все по-широко навлиза в търговската практика в България. От друга страна, познанието на унифицираните правила за договора за международен факторинг е необходимо за българските предприемачи, които след приобщаването на страната ни към европейския пазар и към глобалната световна икономика все по-често участват в международния търговски обмен, където факторингът е позната и използвана форма на икономическо сътрудничество.

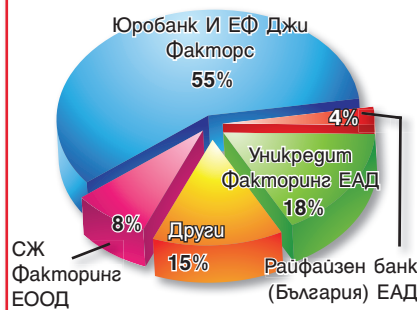
### Пазарен дял по продукти



### Вътрешен факторинг



### Експорт/ импорт факторинг



до стойността, която се плаща за краткосрочно финансиране от типа на овърдрафт или кредит за оборотни средства. Цената е споставима и зависи кой я плаща - дали предприятието е малко, средно или голямо, и кой е конкретният му контрагент.

Междуфирмената задължяност тежи като воденичен камък на икономиката и се отразява на бизнеса. До 30 дни беше отложеното плащане преди кризата, сега се удължава до 60, дори 90 дни. Добрата новина е, че у нас дори проблемните вземания се събират за 120 дни, което означава, че за „нормалните“ е необходимо много по-малко време, като средно за страната то е около 70 дни.

Рискът от загуби за факторинговите компании, като процент от вземането, варира между 3 и 9%. В зависимост от състоянието на отделните сектори, в които се разплащат фирмите, процентите се движат около 3 на сто, но има длъжници в производството, където рискът клони към нула.

### Регистър

Все още няма кредитен регистър, от който да се черпи информация за финансовото състояние на фирмите. Факторинговите компании разполагат с база данни как се справят като платци около 2000 средни и по-големи фирми. В бъдеще бройката на компаниите, за които ще има информация, ще се увеличава, така че бизнесът да се ориентира към надеждни търговски партньори.



Ивайло Йосифов стана главен изпълнителен директор на „Дженерали България Холдинг“ в началото на март. От 2009 г. е главен директор информационни технологии, главен директор „Операции“ и член на управителния съвет на застрахователната компания. Преди да се присъедини към „Дженерали“ в България, 16 години трупа професионален опит на различни ИТ ръководни длъжности в БТК. Завършил е Техническия университет в София и Нов български университет.

В първото си интервю за сп. „Икономика“ Ивайло Йосифов обяснява какви са стратегическите планове на „Дженерали“, извади ли си поуки от катастрофичните събития през тежката зима българинът и защо здравните фондове трябва да преминат през лицензиране.



Ивайло Йосифов, главен изпълнителен директор на „Дженерали България Холдинг“:

# Сегашните здравни фондове трябва да се прелицензират в застрахователни дружества

ПЕТЯ СТОЯНОВА

**- Г-н Йосифов, мина месец, откакто оглавихте „Дженерали България Холдинг“. Какви са задачите, които трябва да решавате на този пост?**

- Едва ли задачите ми са по-различни от тези на всеки друг ръководител на застрахователна група. Между тях са, разбира се, подобряване обслужването на клиентите, стабилизиране, развитие и обучение на мрежата за продажби, балансиране на продуктовото портфолио, утвърждаване марката „Дженерали“ на пазара, подобряване на подписваческите процедури, увеличаване доходността на продуктивния портфейл, увеличаване на пазарния дял на компаниите от групата.

През тази година започваме два

важни за компанията проекта - проучване и анализ на удовлетвореността на клиентите в процеса на обработване на щети и създаване и развитие на интернет портала за самообслужване на клиентите. Същевременно продължаваме работата по оптимизиране вътрешните процеси на компанията с цел повишаване ефективността и ефикасността на работата на служителите и представителствата при обслужване на потребителите ни.

**- Увеличиха ли се претенциите на клиентите през тежката зима?**

- Дъщерните дружества на „Дженерали ППФ Холдинг“ (GRH), лидера в застраховането, който оперира в 14 страни в Централна и Източна Европа, част от който е и „Дженерали България“, подготвиха задълбочено вътрешно проучване,

чиято цел беше да се изясни ефектът на екстремните метеорологични условия, с които се сблъскахме тази зима, върху имуществото и здравето на хората. Изследването показва, че броят на застрахователните претенции се е увеличил с почти 40% в рамките на най-засегнатите страни през първата половина на февруари, в сравнение със статистиката от „по-обикновени“ зими. Някои от дъщерните дружества на GRH са изплатили милиони евро за застрахователни обезщетения на клиенти.

Зимата и в България, както всички усетихме, беше изключително тежка. През февруари наблюдавахме температурни аномалии от -28 до -30 градуса на различни места в страната. Разбира се, това рефлектира и върху застрахователния



бизнес и най-вече върху отчетите за щетимостта. За „Дженерали България“ месец февруари беше един от най-тежките месеци от гледна точка брой на регистрираните щети. През първата половина наблюдавахме увеличение на регистрираните щети (по всички линии бизнес), които бяха 739 на брой. За сравнение в първата половина на януари бяха регистрирани 460. Разполагаме със статистика, че генят с най-голям брой щети от автомобилни катастрофи е бил 13 февруари, като за този ден са заведени 12 щети по „Гражданска отговорност“ и 50 по „Каско“.

**- Има ли интерес към имуществените застраховки след наводненето в с. Бисер?**

- За съжаление за пореден път се убедихме, че дори и трагедии от такъв мащаб не могат да подтикнат хората да мислят в посока застраховане и начини за предпазване на имуществото си. Причините, разбира се, са много и комплексни, но за съжаление ние в „Дженерали“ не наблюдаваме увеличение на сключените полици след наводненето. От нашия регионален офис в Свиленград разбрахме, че населението в пострадалия регион разчита най-вече на помощта от сръжавата. Повишен интерес има само в запитванията, но реално увеличение на сключените полици няма.

**- Как заработи електронната система за „Гражданска отговорност“? Увеличиха ли се онлайн застраховките?**

- Централизираната система за издаване на задължителни полици в автомобилното застраховане заработи от лятото на 2011 година. В техническо отношение системата не е създавала проблеми за изминалото време. Положителното влияние се прояви в няколко основни насоки:

✓ Подобри се взаимодействието между застрахователните компании и гаранционния фонд при отчитане на новосключените полици

✓ С въвеждането на верифициране на информацията по време на сключване на полицата се подобри качеството на данните за клиентите и автомобилите

✓ Застрахователните компании

разработиха иновативни решения, които подобриха работата с брокерите.

С въвеждането на системата се промени изцяло процесът по продажби, което отвори място за засилено въвеждане на електронни полици и за други продукти в общото застраховане. Това даде възможност за подобряване обслужването на клиентите и оптимизиране на погисваческите процедури. Що се касае до увеличаване броя на застраховките - га, броят на автомобилите с действаща полица „Гражданска отговорност“ се увеличи, но не толкова осезаемо, колкото всички в сектора се надявахме. По този въпрос има още работа.

**- Готови ли сте с въвеждането на системата бонус-малус?**

- И днес голяма част от компаниите използват някакъв вид бонус-малус схема при тарифиране на полиците си. Такъв показател например е възрастта на водача или шофьорският му стаж. Разбира се,

това далеч не е бонус-малус схемата, която ще отчита всички рискови елементи при оферирание към клиента. Една от причините за въвеждане на единната информационна система за издаване на полици беше именно идеята за въвеждане на бонус-малус схема на един следващ етап. Разбира се, и Гаранционният фонд, и застрахователите, имаха нужда от един стабилизационен период след внедряването, но днес можем да кажем, че няма технически пречки това да се случи. От друга страна, мисля, че застрахователните ком-

пании са готови за това. Специално „Дженерали“ принципно поддържа такава идея.

**- Кога ще обявите инициативата си за колегиално поведение на пътя?**

- След одобрение от Европейската комисия на проекта, с който кандидатства, на 22 февруари миналата година „Дженерали България Холдинг“ разписа Европейската харта за пътна безопасност и така стана един от 27-те нови участника за 2011-а. Ангажиментът, който компанията пое, беше свързан със социално отговорната инициатива „Дженерали: Да наградим гжентълмените на пътя“. Не успяхме да затворим кампанията през изминалата година, затова тя ще продължи и през 2012-а.



Като допълнение към нея в тарифната политика по автомобилно застраховане са предвидени значителни облекчения/ намаления за водачи от групите с добро и разумно пътно поведение – без нарушения на правилника за движение, без щети, семейни клиенти с деца.



## - Продължават ли проблемите с румънските коли?

- Проблемът с автомобилите, регистрирани в България и управлявани от румънски граждани, засегна целия сектор. Този проблем не е така лесно решим, защото е породен от редица фактори, основно касаещи законодателствата на България и Румъния в областта на регистрационния режим на МПС и, разбира се, високите такси, въведени от Румъния за придобиване на употребявани МПС внос от други страни, с цел стимулиране на местното производство на автомобили. Факт е също така, че много български граждани участват в подобни схеми, като на тяхно име се регистрират въпросните МПС и след това те или ги продават на румънски граждани, но без продажбата да се регистрира в КАТ (както изисква нашият закон), или пък дават пълномощно за управление на МПС. И в двата случая това МПС е с българска регистрация.

За да се противодейства на този феномен, се

иницираха и проведоха редица дискусии, включително по линия на АБЗ,

с всички компетентни държавни органи – и тук трябва да подчертая, че

бяхме подкрепени много сериозно и от Комисията за финансов надзор. Мерки бяха предприети и от правителството на Румъния, свързани с режима на регистрацията на МПС там. Бяха подготвени и промени в нашия режим на регистрация на МПС.

В нашето дружество предприехме мерки в подписваческите процедури с цел ограничаване на застраховането на такива автомобили и мога да кажа, че от няколко месеца насам в „Дженерали“ този проблем няма сериозни проявления.

**- Смятате ли, че здравните фондове трябва да останат като осигурителни или, трябва да се прелицензират като застрахователи?**


- Ще си позволя малко по-обстоен



отговор на този въпрос, тъй като той има отношение към най-ценното за човека - здравето. Този въпрос е следствие от един друг и по-същностен проблем и той се отнася до характера на самата дейност по допълнително доброволно здравно осигуряване. Както знаете, у нас тази дейност е регламентирана в отделен закон, по същество е различна от застраховането и се извършва от лицензирани специално за това здравноосигурителни дружества.

В европейските директиви обаче тази същата дейност се дефинира като дейност по общо застраховане. Така е и по сега действащата Първа директива за застраховането, различно от животозастраховането, така се предвижда да бъде и по новоприетата, но все още невлязла в сила Директива Платежоспособност II. Изключението, което се допуска по действащата в момента европейска регулация, е само за дружества, извършващи дейност по здравно осигуряване или застраховане, когато тази дейност е част от системата на задължителното социално осигуряване в съответната страна членка. В България обаче това не е така, тъй като от повече от 10 години се говори за демонopolизиране на НЗОК и реформа в системата на финансиране на здравеопазването, но до днес нищо не се случва. Така че дейността, извършвана от нашите здравни фондове, е здравно осигуряване, но допълващо и на доброволен принцип, което не позволява да се ползва изключение-

то по директивата. Това също така означава, че тази дейност попада в дефинициите на директивата за застрахователна дейност по общо застраховане и съответно трябва да се извършва от лицензирани застрахователни дружества. Оттук идва и задължението за България да приведе законодателството си в съответствие с Европейските регулации – т.е. да промени Закона за здравното осигуряване и да се върви към прелицензиране на сегашните здравни фондове в застрахователни дружества. Доколкото ми е известно, ние вече сме обвързани и с конкретни срокове за това и ако не ги спазим, страната е заплашена от наказателна процедура.

Аз не считам, че от този въпрос трябва да се прави някаква трагедия, дори мисля, че такова прелицензиране ще се отрази здравословно на пазара на здравноосигурителни услуги. В момента това е един изключително малък по обем пазар (около 40 млн. лв.) на който се конкурират 19 компании, които покриват твърде занижени финансови, организационни и квалификационни изисквания, ако ги сравняваме със застрахователите например. Очевидно е, че нещата не могат да останат по същия начин. Може след прелицензирането да останат половината от тези компании. Но от друга страна, в бъдеще този бизнес ще бъде извършван от финансово много по-стабилни дружества, подложени на много по-сериозен надзор от страна на КФН. Това ще бъде и една добра основа за бъдеща здравна реформа. 



# Агро ДИПЛОМАЦИЯ

ПЕТЯ СТОЯНОВА

Българските земеделски производители ще получават с 30% повече средства по линия на националните доплащания. Увеличението влиза в сила от 2015 г., а не от 2014 г., както се очакваше. Причината за промяната е в приложението на технически процедури. Първоначалният срок за изравняване на субсидиите със средните нива за останалите европейски държави беше определен за 2016 г. След продължителни преговори и настояване от страна на нашите земеделски стопани за по-ранно повишаване на праговете беше договорена предсрочна преоценка на обработваемата земя. Преките доплащания обаче ще бъдат обвързани с повишени изисквания за внедряване на „зелени технологии“ при производството на селскостопански продукти. Според българския евродепутат от ГЕРБ/ ЕНП Мария Неделчева, член на Комисията по земеделие и развитие на селските райони, за страната ни ще е предизвикателство да приложи на практика предложението 30% от преките субсидии да бъдат обвързани с мерки за околна среда – т.нар. зелена политика. Въвеждането на такъв задължителен дял „зелени дейности“ е твърде висок не само за България, а и за много други страни от ЕС. По гумите и

## Преговоряме с Брюксел за справедливо плащане на

не трябва да се стига до парадоксална ситуация, при която санкциите за неприлагането на този елемент да се окажат по-високи от предвидените субсидии.

По предварителните разчети за българските мащаби директните плащания ще нарастват от почти 660 млн. евро през 2014 г. до над 801 млн. евро през 2020 г. и сумарно ще възлязат на почти 5,4 млрд. евро. Над 1,6 млрд. евро от тях обаче страната ни ще получи само ако българските фермери успеят да отговорят на условията и изискванията на посочената схема.

### Исторически разделени

Дебатът за реформата в Об-

щата селскостопанска политика (2014-2020 г.) в Европа продължава, като сред най-дискутираните теми са преките плащания на фермерите. България заедно с другите новоприети страни в ЕС трябва да отстоява позициите си, понеже освен че са потърпевши от настоящата икономическа криза, са и в положението на догонващи спрямо „по-старите“ държави в ЕС. В момента българският фермер получава едва 40% от парите, които взима неговият колега във Франция или Испания. Писмената декларация за прекратяване на разпределението на плащанията по исторически критерий, която Мария Неделчева иницира, не събра нужния брой гласове в Европарламента.

„Фермерите от новите държави

## Ретроспекция към половин

През тази година се навършват 50 години от създаването на Общата селскостопанска политика (ОСП) на ЕС, която е в основата на европейската интеграция. От 1962 г. благодарение на нея европейците се радват на сигурност на доставките на хранителни продукти. През целия период ОСП остава основна рамка на Евросъюза и голяма част от публичните разходи на европейския бюджет се насочват именно към нея. Статистическите данни показват, че

земеделската политика носи ръст на икономическата стойност, на търговията, а в същото време позволява разходите за храна на европейските семейства да намаляват. През 1984 г. влизат в сила млечните квоти, което е специфична мярка в опит да се „настрои“ производството на мляко към нуждите на пазара. Осем години по-късно ОСП прави рязък завой и от поддръжка на пазарите се ориентира към подкрепа на производителите. Ценовата политика е заменена от





© КРАСИМИР СВРАКОВ

ните плащания имат важно значение като инструмент за подкрепа на дохода на земеделските стопани. „Тръзнахме с много амбициозна цел за изравняване на 100% при директните плащания, а това няма как да се случи бързо - смята Мария Неделчева. - Най-малкото защото и другите страни имат своите реални аргументи, независимо дали за начина, по който се усвояват средства, за ускорени процедури, за административно опростяване.”

На този етап напредъкът се измерва с ново конкретно предложение, съгласувано между българското Министерство на земеделието и евродепутатите в Комисията по земеделие. За страните като България, които получават пог 90% от средната стойност на преките плащания за фермерите в ЕС, увеличението от 1 януари 2014 г. ще е с 30%.

Всяка промяна при субсидиите е пряко обвързана с евробюджета, на който се крепи селскостопанската европолитика. Според Мария Неделчева несправедливото разпределение на субсидиите между страните трябва да бъде премахнато още в 2014 г., защото има опасност Европейската комисия (ЕК) да реши, че увеличението с 30% за новите страни е достатъчна мярка. Тя е категорична, че за България е притеснително и предложението на ЕК за определянето на 2011 като референтна година при кандидатстване за средства през 2014 г. За разлика от „старите” страни България по договор може да подпомага площ, която е доста по-голяма от текущо заявяваната,

## европейските земеделски субсидии

членки очакват силен политически сигнал, справедливост и опростени процедури за преките плащания от реформата на Общата селскостопанска политика (ОСП) на ЕС - обяснява Мария Неделчева. - Преди година и половина започнахме отстояването на нашата позиция за по-справедливо разпределение между новите и старите страни-членки. За онези от тях, които се ситуират пог 90% за средната стойност на ЕС, увеличението на директните плащания ще бъде 30%, първа важна положителна стъпка, но тя в никакъв случай не е достатъчна.”

### Нова политика

Европейската комисия трябва

да прецизира отношението си към различните страни въпреки натиска от отделни държави или различни сектори в земеделието. Преди година и половина тя обяви, че ще бъде максимално коректна в определяне на приоритетите и финансовата рамка. Дебатът в Европарламента вече навлиза в техническата част, където дискусиата се фокусира върху средствата и новите условия за финансиране.

Някои от „старите” страни-членки като Германия и Франция подкрепят запазването на средствата в сектор „Земеделие” в новия програмен период на ОСП (2013-2020 г.), което трябва да помогне за справяне с все по-сериозните предизвикателства пред съвременното земеделие. Директ-

## ВЕК СЕЛСКОСТОПАНСКА ИНТЕГРАЦИЯ

директни помощи и плащания. Това подобрява качеството на храните, защитава традициите и се грижи за доброто състояние на околната среда. През 2003 г. обаче се къса връзката между субсидиите и производството – производителите вече са пазарно ориентирани, те трябва да спазват множество изисквания в областта на околната среда, грижата към животните и стандарти в областта на храните. В годините до 2007 г. хората, които се занимават

със селско стопанство в ЕС, се умножават, като една от причините е и увеличаването на броя на страните, членувачи в общността.

Тази година също ще стане една от важните дати в историята на ОСП, защото се водят преговори за промени, които да доведат до засилване на икономическата и екологичната конкуренция в областта на селското стопанство. Целта е внедряване на иновации, борба с климатичните промени и увеличаването на заетост-

та в селските райони.

За половин век стойността на селскостопанската продукция расте от 20 млрд. евро до очакваните през тази година 350 млрд. евро. Разбира се, този ръст не е толкова необичаен, като се има предвид, че през 1962 г. общността обхваща само шест държави, а през 2012 г. броят им вече е 27. Заетите в селското стопанство от 6,5 млн. души вече достигат 13,7 млн., а площите са се увеличили от 69 млн. хектара до 172 млн. хектара.



а има тенденция за ежегодно нарастване на заявителите и обработваемата площ в страната.

## Лимит на директните плащания

Сериозни резерви към въвеждането на таван на директните плащания, които възнамерява да въведе ЕК, изразиха браншовите организации. В становището си относно новата ОСП те се обявиха срещу въвеждането на лимит на директните плащания. За да бъдат защитени интересите на максимален брой земеделски производители и агробизнеса, в новия програмен период те настояват поне долната граница да е 450 хил. евро. В противен случай ще бъдат обезсърчени фермери, които обработват над една трета от земеделските площи у нас.

Според Асоциацията на земеделските производители в България границата от 2000 хектара за ефективно и конкурентоспособно растениевъдно стопанство също потвърждава определянето на ограничение от 450 000 евро, защото преобладаващите култури в страната са зърнените.

Асоциацията предлага площите, върху които ще се прилага този лимит, да не са повече от 10% - 15%. Затова и в българската позиция към предложението на ЕК за таван на директните плащания има резерви. Причината е, че редукцията в плащането на агросубсидиите ще засегне много от земеделските производители. Така например за субсидия от 150 - 200 хиляди евро се предвижда намаление с 20%, от 200 - 250 хиляди с 40%, от 250 - 300 хиляди – 70%, а над 300 хиляди не се предвиждат директни плащания.

„Трябва да видим и другото предложение на ЕК, дали този таван няма да включва разходите, които са направени за заплати, за данъци, за социални осигуровки, които включват и стимули за заетост”, отбелязва



© КРАСИМИР СВРАКОВ

Негелчева.

## Без разделение по мерки

Една от причините да не може България пълноценно да усвоява евросредствата е, че в някои от програмите, където парите не бяха използвани, нямаше достатъчно депозирани проекти. В други програми парите бяха изчерпани, а дотацията система не позволяваше прехвърляне на евросредства от една програма или мярка в друга. От 1 януари 2014 г. няма да има т.нар. оси или разделение на парите по мерки. Всяка страна ще може сама да определи приоритетите си в рамките на мярката за „развитие на селските райони”.

България ще се изправи още тази година пред предизвикателството да аргументира ясно начина, по който определя своите региони, защото новата ОСП ще се базира на т.нар. регионализация. Отделните зони трябва да се дефинират така, че да се избегнат абсурдни ситуации. Така например при сегашните региони земеделски производители се оказаха в положение, когато единият съсед получаваше субсидия, а другият – не, защото парцелът му не попадеше в категорията планински или полупланински район.

Българските фермери трябва да дадат мнението си по какви критерии да се извършва разпределението на европейските пари за следващия програмен период на ОСП. От другите страни членки на ЕС вече има предложения това да става на база БВП или според покупателната способност на населението.

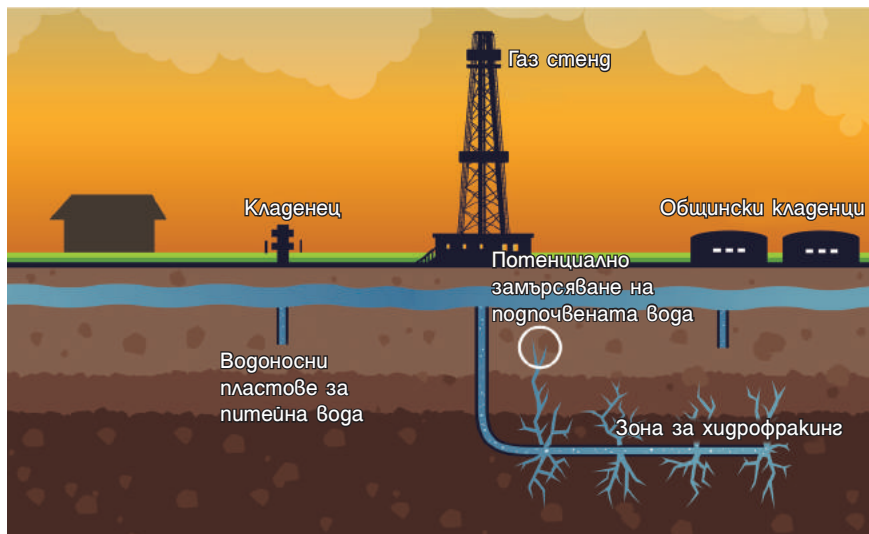
## Схема на субсидиите

Агросубсидиите, които се предоставят на декар обработваема площ у нас, са по-малки в сравнение с останалите страни от ЕС. Българските земеделски стопани получават подкрепа чрез директни плащания в съответствие с определена схема на нарастване, изразена в проценти от прилаганото ниво на такива плащания в ЕС-15.

През 2007 г. процентите бяха 25, или около 16 лв., 30% през 2008 г., 35% през 2009 г., 40% през 2010 г., 50% през 2011 г., 60% през 2012 г. Те трябва да достигнат 100% през 2016 г., когато ще се изравнят с нивата на субсидиране във Франция и Германия.

България и останалите „нови” страни членки, имат право на доплащане от националния бюджет към директните субсидии. То може да се използват за различни сектори, но задължително условие за помощта е земите да се поддържат в добро земеделско и екологично състояние. Не се допуска подпомагане на трайни насаждения, тютюн и постоянно затреваните площи. Максималният размер на националното доплащане на хектар земеделска земя е левовата равностойност на 25,33 евро, или не повече от 49,54 лв.





# В лабиринтите на шиста

Шистовият газ е на мода, особено в САЩ. Там проучванията набират най-голяма скорост. На снимката - съоръжения за сондаж в Пенсилвания



КРАСИМИРА МИНКОВА

В началото на април темата за проучването и добива на шистов газ у нас беше открита отново. Парламентът гласува „за“ създаването на временна анкетна комисия, която да преразгледа приетия в началото на годината мораториум, с който се забрани технологията хидравлично разбиване (позната още като хидравличен удар, фрактинг).

Първото заседание на комисията се състоя непосредствено преди великденските празници, не без настояването на новия министър на икономиката Делян Добрев. Той поиска мораториумът да бъде редактиран с мотива, че формулировката му блокира конвенционалния добив на газ и нефт, както и нагнетяването на газ и ремонтите в хранилището в Чирен.

Искането на министъра се подкрепя от индустрията, от учени в

Българската академия на науките (БАН) и Минно-геоложкия университет (МГУ). Според становищата им част от термините в приетата забрана за прилагането на фрактинг са употребени некоректно. Оттам идва и проблемът с тълкуването на мораториума по отношение на всички други сондажи.

По всичко личи обаче, че има вероятност към края на май и началото на юни, когато трябва да приключи работата на комисията, мораториумът да бъде не само редактиран, но дори отменен изцяло.

Управляващите от ГЕРБ в последните месеци са станали по-умерени в изразяването на подкрепа за проучването и добива на шистов газ, но личи нагласата им да отменят забраната въпреки силната съпротива на обществото заради екологичните рискове. Стигна се и до открито говорене за разработването на, по гумите на управляващите, огромни залежи

от конвенционален нефт и газ, за които по-рано не беше споменавано.

Лично американският държавен секретар Хилари Клинтън дойде в България дни след приемането на мораториума да проучи ситуацията, а след това изпрати и държавния секретар на САЩ по въпросите на евразийската енергетика Ричард Морнингстар. Посещението му обаче мина в пълна информационна мъгла.

Ако специалната комисия гласува „по-мека“ забрана или дори реши мораториумът да бъде отменен, предложението има огромна вероятност да мине безпроблемно в пленарната зала. ГЕРБ има подкрепата на сините, които отдавна настояват да се сондира за шистов газ, а опозицията на БСП и „Атака“ е доста хилава и по-скоро на политическа основа, отколкото добре подготвена с години срещу разработването на шистовите находища у нас.

## Какво е шистов газ

По състав и произход шистовият газ не се различава от обикновения природен газ. Разликата е, че суровината в конвенционалните залежи е напуснала скалните формации, които са я генерирали, и е стигнала до „джобове“ (капани), в които се е акумулирала и формирала залежи.

Шистовият газ е останал там, където се е генерирал – в т. нар. шисти. Това са скали в земната кора, формирани от тинести



утайки в продължение на милиони години и съдържащи газ от органичните вещества в тинята.

Ако обаче скалите не са богати на органични вещества, вероятността да бъде намерен шистов газ в промишлени количества е малка.

## Интересът - заради намаляването на конвенционалните добиви

Още през 2008 г. Международната агенция по енергетика (МАЕ) призна, че световното производство на петрол ще достигне върхната си точка още през 2020 г. и след това доставките необратимо ще започнат да намаляват. За държавите, които не членуват в Организацията на страните износителки на петрол (ОПЕК), главният икономист на МАЕ тогава прогнозира, че производството ще започне да намалява още след три-четири години, т. е. днес.

Това вече е факт, тъй като редица нефтени компании в Канада и други страни с развита петролна индустрия намалиха капиталовите си разходи за нови проекти, а заради санкциите срещу Иран вече намаляват и доставките.

По същото време започнаха да се увеличават сондажите в САЩ за шистов газ, като той стана изключително важен източник на синьо гориво в страната. Засили се и разработването на шистовите пясъци, от които се прави неконвенционален добив на петрол.

Пред света шистовият газ беше представен като „енергиен джакпот“ и „тихата енергийна революция“ заради ниската си себестойност и по-рентабилната експлоатация.

Веднага бяха намерени потенциални находища на шистов газ в Канада, Франция, Испания, Полша, Австралия и други страни.

Според доклад на Генералната дирекция за вътрешни политики на ЕС европейското производство на газ е в постоянен спад от няколко години насам и се очаква до 2035 г. да намалее с още 30%. Същевременно търсенето на конвенционални и алтернативни източници на газ рязко ще се увеличи.

Възможността за енергийна независимост и нови залежи на газ

Десетки хиляди българи излязоха на протест срещу проучването и добива на шистов газ у нас, което доведе до налагането на мораториум. Вече обаче се говори за неговата поне частична отмяна -



буквално настърви правителствата по света. Апетитът им обаче се поуталожил заради екологичните рискове и въпросителните около потенциала и цената на експлоатацията на редица находища.

## Опасностите за околната среда

Експлоатацията на находищата с шистов газ изисква влагане на огромно количество водни ресурси и химически вещества – около 19 милиона литра вода и близо 100 тона химикали на един кладенец, които се вкарват в земния пласт под високо налягане.

Рисковете от технологията за добив обаче първоначално бяха спестени на обществото от административната. В САЩ признаха за проблеми под натиска на екологични организации.

През 2010 и 2011 г. бяха проведени редица проучвания в Щатите, заключенията от които са, че се е стигнало до замърсяване на подпочвени води, които са проникнали в запаси от питейни води в щатите Пенсилвания, Тексас, Колорадо, Луизиана и други.

В някои случаи замърсяването на водата е толкова голямо, че се стига дори до запалване. На места, след решение на щатските власти, беше забранено проучването и добива на шистов газ, като сред

първите противници беше и щатът Ню Йорк.

Химически обработената вода, която се използва при сондирането, може по пукнатините и разломите в скалите да достигне до водоносните пластове, тъй като голяма част от нея остава в земните пластове и след сондажа. Рискова предпоставка е и високото налягане, при което течността се вкарва в земните пластове, заради което самият сондаж може да не издържи, а оттам пробивната течност да проникне във водоносния слой.

От целия обем на ползваната пробивна течност обратно се изпомпва едно известно количество, което може или да се ползва отново за други сондажи, или да се съхранява в специални изолирани басейни и резервоари и да се пречисти. Ако обаче се нарушат изискванията за съхранение, има предпоставки за замърсяване на почви и води. Възможно е и аварийно изтичане на пробивна течност.

Еколози и експерти предупреждават, че при експлоатацията на шистови находища се освобождава сериозно количество вредни емисии във въздуха именно заради „връщането“ на част от пробивната течност, в която има разтворен газ, както и заради попадането на пробивната течност във водните пластове. Освен това серия проучвания в различни държави доказва, че има връзка





Ф. ВИКТОР ЛЕВИ

между сондажите и установени леки земетресения.

Неизбежно е и увреждането на земната повърхност, тъй като сондажите се правят на огромни площи, на които се разполагат сондажните машини, агрегатите, цистерните, тръбопроводите и други съоръжения.

## Потенциалът на находищата

Оказва се, че за да се поддържа постоянно ниво на производство на шистов газ, трябва да се правят нови и нови сондажи, тъй като производственият капацитет на един кладенец пада изключително бързо. В Европа това би предизвикало огромни проблеми, тъй като гъстотата на населението е по-голяма, отколкото в САЩ.

В доклада на Генералната дирекция за вътрешни политики на ЕС обаче се посочва, че ресурсите за неконвенционален добив на газ в Европа са твърде малки. Загължеността, свързана с околната среда, ще увеличат разходите по проектите и ще забавят осъществяването им. Това допълнително ще намали потенциалното въздействие върху намаляването на енергийната зависимост на Европа от конвенционалния руски газ, посочва се още в документа.

В доклада се заключава, че е

много вероятно инвестициите в проекти за добив на шистов газ да окажат краткотрайно въздействие върху доставките на газ, което да доведе до обратен ефект, тъй като ще оставят впечатлението за гарантирани доставки в момент, когато „посланието към потребителите следва да бъде да намалят зависимостта чрез пестене, мерки за ефикасност и заместване”.

Най-голямата „шистова надежда” на Европа – Полша, вече се сблъска реално с констатациите на доклада. Властите преразгледаха потенциала на местните находища. Оказа се, че и разходите за сондиране там ще са по-високи заради състава на скалите, които трябва да се пробиват. Сондажите в Полша ще струват три пъти повече, отколкото тези в САЩ.

У нас също има съмнения, че находищата на шистов газ са подходящи за промишлен добив. Доц. Георги Георгиев, преподавател по геология на нефта и газа в СУ „Св. Климент Охридски”, посочва, че няма перспективи за намиране на промишлени количества шистов газ в България.

На обратното мнение е Кристилина Стойкова, експерт от Геологичния институт на БАН. Тя също се позовава на изследвания, проведени в страната ни в средата на миналия век, според които имаме богати залежи. Тя освен това защитава и хидравличното разбиване като технология. Според нея и други експерти фракингът се прилага от години дори при конвенционалните сондажи.

## На рогна почва

У нас активно се заговори за сондажи за шистов газ през 2011 г., въпреки че проучвания са правени даже в средата на миналия век. Правителството се споразумя с Chevron за проучване и добив на суровината в Североизточна България срещу 30 млн. евро. Кабинетът заговори за евтино производство на газ и извоюването на поне частична независимост от руските доставки.

Информацията за сондажите предизвика сериозен обществен отпор, невъзбудан досега у нас. Обществото прецени, че рисковете са прекалено големи и организира мащабна кампания срещу проучването и добива. Организирана се и


масови протести в различни населени места в страната, както и на българи в чужбина.

Така се стигна до приемането на мораториума върху сондажите за шистов газ. Той обаче не е сериозна пречка нито пред конвенционалните сондажи, нито пред сондажите за шистов газ. Причината – наскоро бяха приети промени в Закона за опазване на околната среда, според които оценката за въздействието върху околната среда (ОВОС) става задължителна при проучването и добива на шистов газ. Наличието на положителна екооценка обезсмисля забраната и премахва всички пречки пред търсенето и добиването на какъвто и да било природен газ и нефт.

Природозащитници се опасават, че в България от месеци има сондажи за шистов газ. От гражданската инициатива, оглавявана от Мариана Христова, и „Зелените” предупреждават, че във Врачанско, Плевенско и Добричко са разположени сондажни съоръжения, които се ползват при експлоатацията на шисти, а не на конвенционални находища. Една от съмнителните сонди е на компанията Direct Petroleum. Еколозите твърдят, че в информацията, която компанията е длъжна да предоставя на борсовия регулатор в САЩ, е посочено, че у нас фирмата разработва шистови находища на газ.

Екоактивистите настояват забраната за проучванията и добива на шистов газ да залегне в законодателството, за да не се стигне до замаскиране на реалната дейност на фирми, които сондират в България.

И все пак надеждата умира последна. Европейските власти се активизираха в последно време и дори комисията по индустрия и енергетика на Европарламента препоръча за всеки случай да се направи проучване на потенциалните залежи на шистов газ и възможностите те да намалят енергийната зависимост на Европа от Русия, въпреки по-ранния негативен доклад.

България обаче трябва много добре да прецени дали цената на проучването и добива на шистов газ няма да излезе по-висока. Има риск трайно да се увреди най-ценният ни ресурс – земята, природата и хората. Ако това се случи, ще платим солено за евентуалната икономическа изгода от сондажите. 



# УМНИ МРЕЖИ

## - ИНТЕЛИГЕНТНОТО БЪДЕЩЕ НА ЕНЕРГЕТИКАТА

АЛЕКСАНДЪР ДРАЙШУ

Когато става дума за нови методи и иновации в енергетиката, първо се сещаме за слънчеви панели, вятърни мелници, електроцентрали, задвижвани с биогориво, или пък автомобили, работещи на ток. С напредването на технологиите в тези области става ясно, че колкото повече разчитаме на тях, тол-

кова повече ставаме зависими от прищевките на майката природа. Затова основна тема в бъдещото развитие на енергетиката, не по-малко значима от намирането на алтернативни методи за добив на електричество, е въпросът за разпределението на електроенергията.

Конвенционалните електроразпределителни мрежи са изградени така, че да подсилят електроподаването, имайки винаги определен буфер, който да гарантира сигурността на една работоспособна мрежа и да предотвратява ситуации на недостиг. И все пак – дори и това да ги прави надеждни – във време, в което важно място заемат опазването на околната среда, ефикасното използване на ресурсите, с които

Модел на умна мрежа на IBM



Само в Европа ще са нужни поне 200 милиарда евро вложения за преминаване към новите технологии



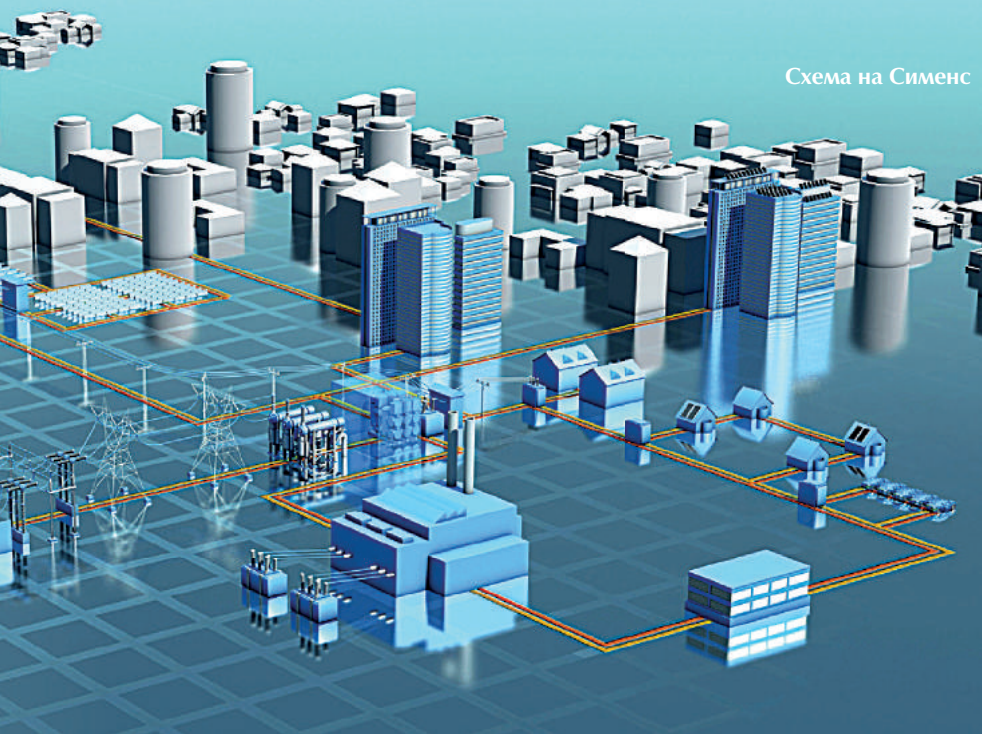


Схема на Сименс

разполагаме, а цените на тока и отоплението в развитите държави непрекъснато се увеличават, нуждата от гъвкавост в капацитетите става все по-значим фактор.

Smart Grid – „умната мрежа“ – дава отговор на новите изисквания в енергетиката. Целта на преустройването на електроразпределителната мрежа е много точно да напасва предлагането на електроенергия на моментното потребление, но и обратното – да насочва потреблението спрямо моментния капацитет на мрежата. Предпоставка за това е информацията, която трябва да бъде на разположение. Всяка електроцентрала, всеки вятърен генератор, а дори и всеки покрив, покрит със слънчеви панели, генериращи ток, трябва да дава точна моментна информация за произвежданата електроенергия. Не по-малко важна е информацията за моментното потребление, която запълва другата половина на уравнението. Целта е във всеки един момент производството и потреблението да бъдат максимално близки едно до друго.

Колкото и футуристично да звучи, темата за Smart Grids вече е в ползрението на редица държави, големите енергийни компании по света, както и на Европейската комисия. Европейският комисар по енергетиката Гюнтер Йотингер оценява нужните инвестиции за европейските енергийни мрежи на 200 милиарда евро. Немското


сдружение за енергийна и водна промишленост пък поставя цифрата от 13 милиарда евро, които ще са нужни за подмяната на над 200 хиляди километра от електроразпределителната мрежа до 2020 година. Държава като Шотландия, която си е поставила за цел в близкото десетилетие да добива нужния ток за вътрешната си консумация изцяло от алтернативни енергийни източници, вече е създала първия научен и демонстративен център за „интелигентни“ мрежи в университета Стратклайд в Глазгоу.

В Япония пък от Toshiba до 2020 година вече са планирани инвестиции на обща стойност от 7,5 млрд. евро, които да спомогнат за цялостното преминаване към „интелигентната“ мрежа. Някои от големите технологични концерни в Далечния изток вече спечелиха първите държавни поръчки във връзка с „интелигентните мрежи“. За следващите години са планирани множество пилотни проекти. Излишната енергия от производството пък трябва да се съхранява в „акумулатори“, откъдето да бъде използвана, например за зареждането на вече навлизащите в серийно производство автомобили, задвижвани от електричество. В тази връзка се появява и друг термин, свързан с „интелигентните мрежи“ – smart meter. Това са електромери от ново поколение, които предават в реално време

информация за потреблението на домакинството. От друга страна, те ще трябва да са способни и да дават информация на своите потребители кога – дали заради благоприятен вятър или слънце – в мрежата има излишък и енергията е достъпна на по-ниска цена, за да концентрират повече от дейностите си в това време – например пускането на перални, сушилни или миялни машини.

В САЩ темата за интелигентното електроразпределение също набира скорост. Освен нуждата от ясни рамки за инвестиции в сектора, все по-явна става нуждата от нова безжична комуникационна мрежа, която да свързва домакинствата с електроцентралите. Според сегашни оценки това означава най-малко 50 милиона нови устройства за отчитане на потреблението в реално време – вече споменатите smart meters – за американските домакинства, цената на които още не е уточнена. Президентът Барак Обама предостави вече първите 3,4 милиарда долара за пилотния проект в САЩ, с които да бъде поставено началото на нова енергийна революция САЩ.

И все пак, докато тази технологична революция се превърне в ежедневие, трябва да бъде извървян доста дълъг път. Според досегашните проучвания много малка част от потребителите разбират какво стои зад термини като smart meter. Затова пък конкуренцията на пазара на производителите е значителна, което пък от своя страна създава нуждата да бъде определен единен стандарт за отчитане и комуникация между измервателните системи на енергийните концерни. Така на първо място трябва да бъде гарантирана нужната сигурност, за да бъдат направени инвестиции от този калибър без риск компаниите да останат да стоят върху огромните си разходи, като основна предпоставка за развитието на сектора.

Едно е сигурно обаче – гуми като smart grid и smart meter ще се налагат все повече в ежедневието ни през следващите години и ще се превърнат от научна фантастика и далечно бъдеще в реалност. 



# В КОЛЕЛОТО НА

**Застаряването на населението в Европа поражда все по-сериозни проблеми пред икономиката. До 2050 г. парите за пенсии и здравеопазване на континента трябва да се увеличат с до 7% от brutния продукт. България също е част от тази неприятна тенденция**

АНТОН АНДОНОВ

Населението по света застарява. Официалните данни на българския Национален статистически институт сочат, че положението и у нас никак не е розово. През 2060 г. в България ще живеят около 5,3 млн. души. От тях младите до 20 години ще са около 1 милион, 1,3 млн. души ще са в групата от 20 до 40 години, между 40 и 60 години ще са около 1 млн. души, а най-голяма ще бъде групата на хората от 60 години нагоре - близо 2 млн. души. Само след има-няма половин век един работещ ще трябва да издържа двама пенсионери.

Такава ще е структурата на населението и в Европейския съюз. В Европа днес живеят около 500 милиона души. От тях хората в трудоспособна възраст - между 15-64 години, е малко повече от 2/3 от общия брой на населението в ЕС. В същото време населението стремително застарява. Във всички страни от съюза броят на хората над 64 години расте, но най-много пенсионери след 50 години ще живеят в Румъния и Латвия.

Картичката отсега плаши експерти и икономисти, които се чудят колко да вдигнат трудовия стаж или възрастта за пенсия. Защото парите за хората от третата възраст свършват, а с увеличаването на пенсионерите растат и разходите за здравеопазване и социални грижи.

Германия, освен вдигане на пен-

сионната възраст, реши да въведе и данък срещу демографската криза в размер на 1 процент. Той ще се плаща от всички германци над 25 години, а парите ще отиват за насърчаване на раждаемостта, която в момента е една от най-ниските в Европа.

За разлика от останалите държави в ЕС темповете на застаряване на населението в България са много по-високи. По данни на ООН България е на пето място по темп на застаряване на населението в света. Ако средната продължителност на живота за населението на 27-те страни от ЕС е 76,4 години при мъжете и 82,4 - при жените, то за България тя е съответно 70,1 и 77,4.

В момента ниската раждаемост е характерна за Стария континент. Средният коефициент на плодovitост за Европа е до 1,6 родени деца. За нормалното демографско възпроизводство жените трябва да раждат 2,1 деца средно.

Увеличената продължителност на живота също крие сериозни опасности. Според прогнозите населението в ЕС на възраст 15 - 64 години до 2050 г. се очаква да намалее с 48 млн. души, а дялът на населението над 80-годишна възраст се очаква да се увеличи до 6,3 на сто през 2025 и 11,4 процента през 2050 година.

Пазарът на труда е третият фактор, който създава рискове пред бъдещето. През 2001 г. на всеки 100 души, излизаци от трудоспособна възраст, в пазара на труда са влизали 124 човека. След 2008 г. това съотношение е обратно - 100 излизаци биват замесмени от 91 души; през 2009 г. - от 82, през 2011 г. на 100 излизаци от трудоспособна възраст влизат 70 млади хора.

Това означава, че публичните разходи, свързани със застаряването на населението, ще се увеличат с около 4,75 процента, което ще се превърне в допълнителна тежест за бюджета. Парите за пенсии ще

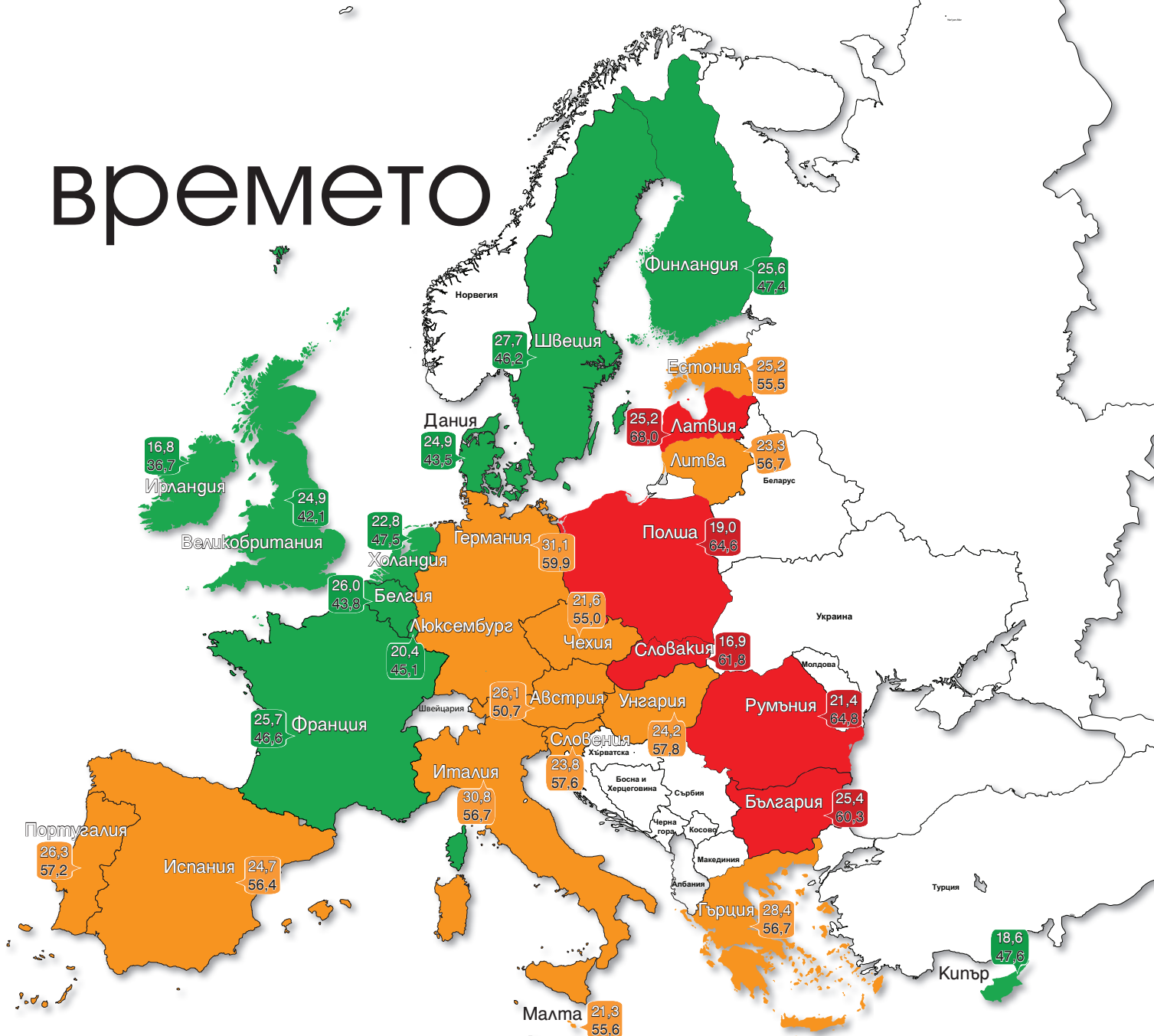
## Прогнози за публичните разходи за пенсии и здравеопазване в ЕС

Страна	ПЕНСИИ		ЗДРАВЕОПАЗВАНЕ	
	% от БВП през 2007 г.	Увеличение в периода 2007-2060 г.	% от БВП през 2007 г.	Увеличение в периода 2007-2060 г.
България	8.3	3.0	4.7	0.7
Еврозона	11.1	2.8	6.7	1.4
ЕС-27	10.2	2.4	6.7	1.5

Източник: Европейска комисия



# ВРЕМЕТО



## Застаряването към 2060 г.

2010 г. съотношение на възрастните над 65 години и тези от 15 до 64 г. (цифрата отгоре)

2060 г. съотношение на възрастните над 65 години и тези от 15 до 64 г. (цифрата отдолу)

над 60% възрастни

над 50% възрастни

под 50% възрастни



25,9  
50,2

ЕС - 27

скачат във всички държави членки на ЕС.

До 2060 г. разходите за здравеопазване също ще нараснат с 1,5 процента от БВП. Очаква се да бъдат мобилизирани повече публични разходи за дългосрочни здравни грижи.

Нарастването на публичните разходи се очаква да бъде най-значително в девет страни членки на ЕС (над 7 процента от БВП) и това са Люксембург, Гърция, Словения, Кипър, Малта, Холандия,

Румъния, Испания и Ирландия.

За Белгия, Финландия, Чехия, Литва, Словакия, Великобритания, Германия и Унгария - увеличените разходи в резултат от застаряването се очаква да бъдат в границите между 4 и 7 процента от БВП.

В последната група увеличаването се очаква да бъде относително по-малко - до 4 процента от БВП, а тук влизат България, Швеция, Португалия, Австрия, Франция, Дания, Италия, Латвия, Естония и

Полша.

Всъщност пенсионните системи на държави като Германия, Япония, Великобритания и САЩ, където продължителността на живота е най-висока - средно 80,9 години, вече изпитват сериозни трудности при осигуряването на парите за хората в трета възраст. Като цяло продължителността на живота в света е нараснала от 47,7 години през 1955 г. до 69,3 години за 2010 г.

# Горещи пари

ПЕТЯ СТОЯНОВА

Кредит от 50 до 399 лв, до 15 минути след одобрение на кандидатурата. 399 лв. безлихвен заем! Пари до 20 минути изцяло онлайн. Изплащане за 15 дни с възможност за удължаване на срока. Кандидатствайте за суми от 100 до 395 лв. Заемът се погасява с една вноска, която плащате до 30 дни след усвояване, по банков път или с наложен платеж. Парите се получават на място до 24 часа, след като бъде постигнато споразумение с представител на компанията.

Бързи кредити само срещу лична карта, без никакви други изисквания, без такси, без поръчители... Одобрение на 99% до няколко часа.

Интернет пространството е пълно с обяви за бързи заеми. Много от ofertите са насочени конкретно към пенсионерите. Често и хората преди заплата установяват неотложната необходимост от малки суми, за да платят комунални услуги, да купят хранителни продукти, да покрият спешни медицински услуги, или да платят данъци и непредвидени пътувания. Друга причина за ръст в търсенето на спешните кредити от небанкови финансови институции е масовото забавяне на трудовите възнаграждения.

## На една ръка разстояние

Дружествата за бързи кредити са навсякъде в ежедневието, където има нужда от пари. Освен в интернет те са достъпни дори в кварталния супермаркет. Бърз заем може да бъде получен чрез телефонно обаждане, докато сме у дома, без да се налага среща в

офис. Одобряването на кредита става почти мигновено, по удобен за клиентите начин и без излишни формалности.

По данни на БНБ фирмите за експресни кредити са се увеличило двоино през миналата година. В началото на януари у нас е има 148 лицензирани дружества за кредитиране, докато по същото време през 2011 г. те са едва 73. Въпреки увеличението на броя на небанковите финансови институции реално отпуснатите от тях кредити отбелязват само 10% ръст на годишна база до 1,97 млрд. лв. Обемът на отпуснатото финансиране от този тип се е увеличил с 2,2% на годишна база. Наблюдава се обаче тенденцията хората все по-внимателно да преценяват възможностите си за връщане на заемите и да ги ползват само в краен случай. Те са принудени да търсят услугите на дружествата за бързи кредити, защото банките се въздържат да отпускат такива малки заеми. Небанковите компании са доста гъвкави, когато определят сроковете на потребителските кредити. Според статистиката на БНБ 42% от тях се изплащат за срок над пет години, 24,6% са с период на погасяване от една до пет години, а само 14,9% от тях са отпуснати за една година.

## Дяволът е в детайлите

Предложенията на фирмите за малки заеми изглеждат примамливо, но текстовете в някои договори не са прецизирани и не става ясно каква сума накрая трябва да се върне. В същото време нараства потребителския интерес към леснодостъпните заеми, защото при тях не се изисква обследване на дохода, нито поръчители. Парите се получават в рамките на 20 минути до едно денонощие и така се спестява процедурата с банковата администрация. Тази услуга обаче има цена и оскъпяването на кредита поняко-



**За покриване на неотложни разходи потребителите откриха експресните кредити. Регулаторни промени ще налагат прозрачни правила при отпускането им**



за достига до 20 или 30%. Понякога потребителят разбира каква сума трябва да върне едва когато му се наложи да плаща погасителните вноски. Заради параграфи с гробен шрифт в договора много от клиентите са изненадани впоследствие от условията на кредитора. Въпреки това оплаквания в Комисията за защита на потребителите липсват. Там са постъпили 105 заявления, но те са само срещу банки.

„На практика няма жалби. Хората не знаят какво са теглили. Липсват правила, при които потребителите да направят информиран избор. Няма наблюдение върху „бързите“ кредити и свръхзадължността на хората ще нарасне драматично. Така се залага бомба със закъснител”, смята Богомил Николов от „Активни потребители”.

Известно е, че лихвата на бързите кредити е значително по-висока, отколкото на банковите заеми. Тя започва от 1,5% при стандартна процедура на отпускане и може да достигне 11% от заема за всяка седмица. В най-лошия случай това прави близо 600% на година. Според представители на бизнеса такава съпоставка обаче, е некоректна. Това е все едно да се сравняват разходите за една година престой в хотелска стая с наем на гарсонни-

ера за същия период.

При формирането на лихвата на един бърз кредит също се налага проучване на клиента, каквото правят и банките. Услугата се осъществява допълнително от удобството парите да са носят по домовете. В края на декември 2011 г. проблемните вземания на компаниите за бързи заеми възлизат на 355,3 млн. лв., което означава, че 18% от тях са несъбираеми. На годишна база „лошите“ кредити нарастват със 17,4%, или 52,7 млн. лв.

За да не плашат клиентите с голяма лихва, някои от компаниите дават кредит само до 399 лв. По този начин избягват законовото задължение да посочват годишния процент на разходите, което важи само за кредити над 400 лв.

## Погвижни пясъци

За част от клиентите на фирмите за експресни заеми проблемите започват едва след като сключат договора. Преди това те са получили информация само от кредитен калкулатор, с който са изчислили дължимата сума при изплащане на заема. Останалите условия по кредита, които го натоварват допълнително и са свързани със закъснения, предсрочно погасяване и различни такси се спестяват. Практика в някои небанкови гружества е често да обявяват, че при връщане на заема до 15-ия ден не се дължат такси, но впоследствие се оказва, че задължително се плаща такава за „одобрение”. Липсата на гумата „лихви” не спестява неудобството на клиента да плаща „такси”, които като се прибавят към главницата на заема, достигат внушителна сума.

Основното недоволство сред потребителите на експресни кредити е свързано с факта, че при теглене на малки суми лихвата се начислява върху взетия заем, а не върху оставащата за погасяване сума. Така за няколко месеца задълженията нарастват неколккратно.

## Нужда от регулация

Работна група с

представители от Министерството на финансите, Асоциацията на банките в България и Министерството на икономиката, енергетиката и туризма, което е водещо при изготвяне на нормативни актове в защитата на потребителите, си постави за цел да прекрати досегашната практика в търговията с бързите кредити. Тя дори стигна до консенсус по отношение на регулирането на заемите до 399 лв. и ще предложи промени в Закона за потребителския кредит, с който пазара на микрокредити се поставя в различна нормативна рамка. Досега законът обхващаше заемите между 400 (200 евро) и 147 000 лв. (75 000 евро), според изискванията на европейската директива за потребителските заеми. У нас бързите кредити се отпускат от небанкови компании за потребителско кредитиране и не са пазарна цел на банките. При гласуване на Закона за потребителския кредит Европейският парламент не поиска от националното ни законодателство да включи и заемите до 399 лв., защото прецени, че у нас, както и за повечето европейски потребители, сумите от 200 евро не са атрактивни. В България обаче, където покупателната способност е средно два пъти по-ниска, тези малки суми са едни от най-търсените. В годините на кризата бизнесът за подобни финансови услуги се разрасна и се оказа примамлив за хората със свободен капитал.

Предлаганите от микрокредитиращите компании финансови услуги обаче попаднаха в полезрението на Европейската комисия заради множество оплаквания в европейските потребителски центрове. В доклада си от 10 януари 2012 г. ЕК се сезира след като проучи проблемите, свързани със „спестената” информация за реалния процент на разходите по такива кредити. Въпреки че Европейската комисия не откри нарушения в България, вече се бяха надигнали гласове против „сенчестото” управление на бизнеса и за защита на интересите на клиентите. Пътят на промяна задължително преминава през общовалидните европейски норми за прозрачност.



Ирина Христова, управител на дружеството за микрокредитиране НетКредит:

# Теглят се средно по три бързи кредита на година

**- Защо все по-често се търсят експресни заеми?**

- Хората имат различни причини за да ползват нашата услуга. Някои от тях спешно се нуждаят от известна сума за покриване на текущи разходи, други ни предпочитат заради бързината, удобството и анонимността.

**- Имате ли анализ за какво най-често се ползват бързите кредити?**

- Самото име на тези заеми подсказва, че те са подходящи в много ситуации, когато човек спешно се нуждае от малка сума в брой. Най-често бързи кредити се теглят за покриване на текущи разходи като сметка за ток или телефон, храна, медицински услуги, лекарства. Друга причина е при плащане на данъци, погасяване на други заеми, такси по кредитни карти, както и връщането на заем от приятел. Повод за такъв кредит може да е и внезапно пътуване, проблеми по пътя, спешно купуване на подарък или билети за концерт. През последните месеци много наши клиенти теглеха кредити, за да си платят навреме сметката за ток. Традиционно през зимния период разходите за отопление са по-големи, но тази година беше рекордно студена и това допълнително увеличи потреблението на електричество и парно.

**- Как да се предпазят клиентите от злоупотреба с личните им данни?**

- Ние сме регистрирани в Комисията за защита на личните данни и така гарантираме, че персоналните данни на хората се използват само за целта, за която са предоставени. Всяко кредитно дружество има своя система за идентификация на кредитоискателите, с която да се предотвратят евентуални злоупотреби. Повечето утвърдени фирми на пазара „отсяват“ потенциалните измамници още на етап кандидатстване за кредит. Вече не е достатъчно някой да открадне ЕГН-то и имената на друг човек, за да изтегли заем от негово име. Изисква се и друга лична информация, която в повечето случаи няма откъде да бъде набавена. Бих посъветвала хората, ако например им се обадят, че дължат кредит, за

които за пръв път чуват и имат съмнения за злоупотреба с данните им, да сезират компетентните органи.

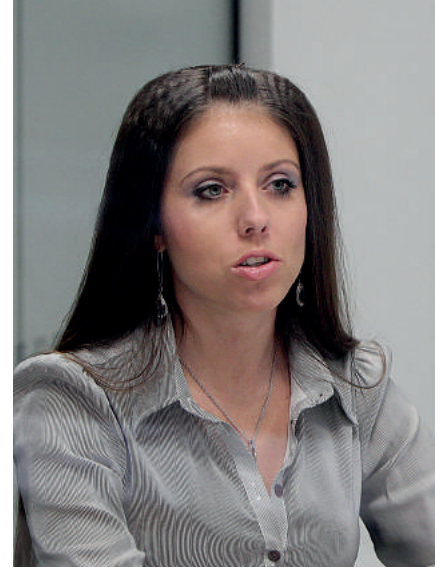
**- Как се гарантира легитимността на сделката?**

- Някои хора смятат, че щом всичко е по електронен път, значи има някаква измама и ще бъдат погведени, ако се възползват от онлайн кредитиране. У нас все още е разпространено заблуждението, че документите нямат юридическа стойност, ако не са на хартиен носител. Компаниите, които предлагат малките потребителски заеми са лицензирани от БНБ и договорите, които се сключват по електронен път, са със същия статут като традиционните на хартия. Изтеглените кредити, както и просрочията по тях, се вписват в Централния кредитен регистър и информацията се пази за период от пет години. Всички условия по кандидатстването и връщането на кредита, включително и таксата за ползване, обикновено са посочени точно и ясно на сайта на съответната компания.

**- По какъв начин се събират вземанията, ако кредитът не се върне в срок?**

- Ако клиентът не върне заема в срок, той получава посещащо обаждане, което го приканва да изплати задължението си. Начисляват се и неустойки за просрочие на кредитите. Закъснението му се отбелязва в

Централния кредитен регистър. Всяка забава или просрочие по заема влошава кредитната история на съответното лице и намалява шансовете му да получи нов кредит. При по-голяма забава финансовата институция може да предгостави заема на



Агенцията за събиране на вземания или да пристъпи към процедура по принудително събиране на средствата.

**- А когато заемът се върне предсрочно?**

- При предсрочното връщане е добре лицето предварително да се информира за условията във финансовата институция, където кандидатства. При нас например, при предсрочно връщане на кредита се начислява по-малка такса, която отговаря на броя дни, в които е ползван заема. Не се начисляват наказателни такси. Връщането на сумата става в банката или в една от банките, с които работи финансовото дружество.

**- Колко пъти може да се тегли бърз заем?**

- Няма ограничения, стига клиентът да е изряден платец. Много наши потребители се възползват повече от веднъж от възможността да получат експресен заем. Ако клиентът върне парите в срок, следващото получаване на заем става още по-бързо и лесно. Нормално е кредитът да се отпуска за около 30 минути, но при повторно кандидатстване това става за пет минути. Нашите наблюдения показват, че клиентите теглят средно по три бързи кредита годишно. На пазара сме от година и няколко месеца, а около 80 % от клиентите ни вече са се възползвали от нашите заеми по три или повече пъти.



## Все по-търсени

Ръст на бързите кредити се наблюдава в много европейски страни. Във Великобритания например, където индустрията на финансови услуги е сред най-добре развитите, за три години експресните заеми са се увеличили три пъти и половина и към края на 2010 г. стойността им достига 1,7 млрд. лири. През миналата година техният стойностен обем надхвърля 2 млрд. лири. За сравнение през 2004 г. кредитният портфейл на компаниите в сектора е бил само 100 млн. лири.



Кандидатстваме с 11 проекта за финансиране от европейски фондове, казва изпълнителният директор на столичното дружество



**Стоян Цветанов:**

# Модернизацията е бъдещето на „Топлофикация“

*Стоян Цветанов пое "Топлофикация София" в края на 2010 година, когато дружеството бе в тежко финансово състояние и с обществено доверие, клонящо към стойности, близки до зимните температури. Към днешна дата са изплатени повечето задължения за гориво и постепенно се увеличава събираемостта на просрочените вземания - две пера, с които доскоро дружеството изпитваше сериозни затруднения. Каква е формулата за бъдещото съществуване на компанията и по какви проекти работи тя, дали ще се случи нейната приватизация - върху тези теми разговаряме с изпълнителния директор.*

*Цветанов е експерт с над 10-годишен опит в областта на топло- и електроенергетиката. До 2006 г. е заемал различни длъжности в Дирекция „Икономическа политика“ на Министерството на икономиката и енергетиката.*

*От 2007 г. до 22 декември 2010 г. е зам. изпълнителен директор по финансово-икономическа и търговска дейност на "Топлофикация София" ЕАД.*

**ТАНЯ КИРКОВА**

**- Г-н Цветанов, какво е финансовото състояние на „Топлофикация“ София. Досега за „Топлофикация“ все се говореше, че дружеството е едва ли не пред фалит? Скоро не съм чувала този рефрен.**

- Топлофикация София не е пред фалит. Говоренето е част от смисъла на това, което се опитвах да направя с компанията през последните години. Да я сложат на тезгяха. Шефът на „Топлофикация“ Виена, когато беше в София преди няколко години, се удиви: Защо искате да си продадете златната кокошка? Предприятие, което има пазар, клиенти и потенциал да се развива, е най-лесно да се продаде. Фалираш го и готово. Не мога да твърдя, че такъв е бил замисълът, но цифрите ме карат да мисля в тази посока. За последните 14 години компанията натрупва 370 млн. лв. комюлативна загуба, само за последните четири години загубата е 170 млн. лв. За мен това беше целенасочена гържавна политика. Но приватизацията на „Топлофикация София“ не се

случи. Към момента компанията има финансова печалба от 22 млн. лв. Откакто предприятието съществува, от 1949 г., за първи път постига такъв резултат. Но това не е най-важното...

**- Кое е най-важното?**

- Най-важното е, че успяхме да стабилизираме дружеството и да покажем, че то може да работи като търговска компания. Освен това топлинната енергия е краен продукт. За да го произведеш, трябва да имаш първичните суровини и да платиш за тях. Тук е най-големият успех на „Топлофикация“ за последните 50 години - колкото количество газ е влязло през годината до 31 декември 2011 г., толкова е платено, че и повече. Поех компанията с над половин милиард задължения и още 107 млн. лв. дълг към „Булгаргаз“, които успяхме да редуцираме до 70 млн. лв. към октомври м.г.

**- Какъв е пътят на предприятието напред? Какви са възможните финансови механизми и решения?**

- В икономическото състояние, в което се намираме – без помощ от

гържавата и от общината, финансово решение на проблема „Топлофикация“ няма.

#### -Какво е решението?

-Технологичното обновление е решението за бъдещето на компанията. Пропуснато е времето, когато можеше да се оздрави предприятието с финансови механизми. Сега ние не разполагаме с финансов ресурс, с който да го оздравим. Има само един възможен път - проектно финансиране, което ще използваме за технологично обновление. Това е единственият път, тъй като с модернизирани на съоръженията можем да задържим цената на топлинната енергия, която ще си остане най-атрактивната на енергийния пазар. „След две години ще се редят на опашка да стават абонати на „Топлофикация“, каза проф. Атанас Тасев на енергиен форум преди време. Прав е. Защото цената на електрическата енергия ще продължи да расте, а нашата голяма задача и отговорност е да направим така, че да задържим цената на топлинната енергия балансирана за следващите години.

#### - Как ще осигурите финансирането?

- Кандидатстваме с 11 проекта за финансиране от европейските фондове. Шест от тях, най-ключовите, очакваме да бъдат финансирани от Фонд „Козлодуй“. Уверени сме, че ще спечелим проектите, защото имаме пълната подкрепа на гържавата. Най-големият проект е за смяната на горивната база с РДФ гориво, получено в завода за обработка на софийските отпадъци. Вие знаете, че този проект няма алтернатива. С него се решава проблемът с боклука на София, диверсифицира се горивната база на „Топлофикация“ и се гарантира енергийната сигурност на града.

#### - Малцина знаят колко важна е „Топлофикация“ не само за отоплението, но и за осветлението, електрозахранването на града.

- Отоплителният сезон, който приключи преди няколко дни, беше един от трите най-тежки в последните 35 години. И като метеорологични условия, и като цена на топлинната енергия, и като цена на природния газ. Това е и най-тежкият сезон от финансова гледна точка за домакинствата. Трябва да си го признаем. На фона на всичко това ние успяхме да платим сметките за газ, които са със 100 млн. лв. повече от предходната година. Като цяло през миналата година сме платили

на „Булгаргаз“ рекордните 506 млн.лв.

- Или по-ефективно е производството, или по-малко са загубите и по-голяма събираемостта...

- И трите.

- Кажете за загубите. Потребителите мислят, че плащат загубите на „Топлофикация“.

- Винаги съм твърдял, че „Топлофикация София“ е с най-ниските загуби от целия топлофикационен сектор. Казвам го като експерт, не като директор на тази компания. Технологичните загуби са около 17%. Ако приспаднам загубите от излъчване, то те ще са почти колкото на европейските топлофикации. И то при тази остаряла инфраструктура.

- Помага ли за задържане на цената когенерацията в ТЕЦ „Изток“?

- „Топлофикация София“ разполага с когенерационни мощности не само в ТЕЦ „Изток“, но и в ТЕЦ „София“ има когенерация от 50 години. Освен това ние стартираме изграждането на нова мощност в ТЕЦ „София“ – нова турбина за

**Пропуснато е времето, когато можеше да се оздрави предприятието с финансови механизми**

комбинирано производство, която ще замести шеста турбина – машина с отдавна изтекъл експлоатационен ресурс. В новото съоръжение, което ще произвежда 40 мегавата електроенергия и 80 мегавата топлинна енергия, инвестираме близо 32 млн. лв. собствени средства на компанията. Ще направим тази мощност на цена, която е с една трета по-ниска от цената за изграждане на съвременните парогазови цикли.

- В момента се опитваме да постигнем дерогацията, отлагане на големите плащания за въглеродни емисии чрез зелени инвестиции.

- Дерогацията е нещо, върху което сериозно работим в „Топлофикация София“. Вече имаме предложен проект за рехабилитация на наши съоръжения със средствата, които би трябвало да платим за вредните емисии. Святам, че инвестирането на тези пари в технологично модернизиране на съоръженията ще доведе до увеличаване на техния експлоатационния живот с 30-40 години.

- А участвате ли на пазара на емисии?

- Истината е, че не сме прогали нито една емисия до този момент,

**Шефът на Топлофикация Виена, когато беше в София преди няколко години, се удиви: Защо искате да си продадете златната кокошка?**







**Новата информационна система е 99% готова, всеки ще може да плати сметката си през интернет, в който час и ден иска**

но имаме реализиран приход от 6 млн.лв. чрез замяна на емисиите. Заменихме без никакъв риск за компанията определена квота емисии, които ще ни се върнат обратно. Гарант на сделката е една от най-големите европейски банки.

**- И ми казвате, че не използвате финансови инструменти?!**

- Някой може да каже, че 6 млн. лв. приход не е значителна сума, но за нас всяка стотинка, която осигурим допълнително, е важна. Тези пари ще отидат за ремонтната ни програма през тази година. Тук е мястото да спомена и разрешаването на проблема с оборудване за 3 млн.лв., доставено от сериозна европейска фирма, което стоеше 4 години в складовете и му минаваше гаранцията. Заех се с този проблем и ето - апаратурата за един от ефективните котли в ТЕЦ „София Изток“ вече работи и спестяваме по 700 000 куб.м газ на година. Това прави икономия от 500 000 лева. Не е огромна сума, но тук 500 хиляди, там 500 хиляди...и така спестихме само за 2011 г. близо 8 млн. лв. За миналата година технологичните загуби по преноса са свалени с 1,2%. Затова казах, че финансовите резултати минават през технологичните решения.

**- „Топлофикация“ започна да прави дялово разпределение на енергията за жилищни сгради. Как**

**се справяте?**

- В началото на 2011 г. основните ни конкуренти казваха, че няма да се справим. Но ние успяхме ... Сега пък ни обвиняват, че това не било наша работа ... А всъщност право на потребителя е да избере кой да го обслужва и да прави топлинното му счетоводство. Това е логиката на пазара. Доказателство, че абонатите са доволни от нашите услуги е, че броят на тези, които искат ние да извършваме дяловото им разпределение, се увеличава с всеки изминал ден.

**- Не докараха ли големите проблеми на топлофикацията именно фирмите за дялово разпределение. Те не казаха на гражданите при сключване на договорите си с тях, че разпределителите, които им монтират, ще трябва да се сменят след 10 години. При сключване на търговски договор двете страни имат еднакви права, но защо фирмите гледат да скрият пълната информация?**

- Вие сама си отговорихте.

Когато поех „Топлофикация“, тя правеше дялово разпределение на 17 сгради, в момента те са 156 сгради. Това

са над 4000 клиенти, които са доволни от работата ни и факт - няма подадена нито една жалба за миналия отоплителен сезон. Хората ни се обаждат, ако има проблем и го решаваме. Отнасяме се към клиентите си с уважение и винаги сме на

разположение. Това е и най-важното, че успяхме да сложим началото на новите ни отношения с клиентите ни - като търговска компания и да започнем да връщаме доверието им.

**- Вярно ли е, че хората с повече сметки скоро ще могат да плащат първо текущите, а след това най-старите, а не обратно, както в момента? Защо не мога да мина на равни вноски, от които момент искам?**

- Много бих искал да отговоря, че сме решили тези проблеми. До три месеца това ще бъде възможно. Новата информационна система е 99% готова и ще бъде внедрена, след като мине тестовият период. Тя реално ще облекчи обслужването на хората. До дни ще решим и един неприятен за клиентите проблем. Всеки ще може да плати сметката си през интернет, в който час и ден иска. Досега това не беше възможно по технологични причини. Правим всичко възможно да облекчим нашите абонати и да ги обслужваме качествено. Вече всички пунктове за плащане на

компанията имат ПОС терминали, отворихме 4 информационни гишета и всеки може да получи всякаква услуга на едно място, без да

**След две години ще се редят на опашка да стават абонати на „Топлофикация“**

е нужно да хоси в съответния топлорайон. През 2011 г. към „Топлофикация София“ са присъединени близо 5000 нови клиенти, което отново показва, че компанията връща доверието на столичани в себе си.

# Борсова

Борсата сключи договор за ползването на платформата за търговия Xetra на Deutsche Boerse. Това обаче не успя да промени ситуацията на капиталовия пазар на ниски обороти и слаба ликвидност. Договорът с германския борсов оператор изтича в края на тази година и новият собственик ще има възможност сам да избира платформата за търговия.

## Потенциални кандидати

За присъединяването на БФБ към голям борсов оператор вече се чертаят различни сценарии с успешен край. Цената и репутацията на стратегическия инвеститор според Асен Язодин, председател на борда на директорите на борсата, са важни, но от двата фактора трябва да натепи мащабът на потенциалния кандидат-купувач. „Очаквам да последва по-ефективно „отваряне“ на нашия пазар към нови външни инвеститори, както и възможности за българските пазарни играчи“, прогнозира той.

„Държавата трябва да продаде дела си в борсата възможно най-бързо, без значение каква е цената“, е мнението на Камен Колчев, председател на съвета на директорите на Елана финансов холдинг. Според него много по-важно за страната е, че приватизацията на БФБ ще раздвижи пазара, отколкото приходите от няколко милиона от самата сделка.

## Предпочитания в аванс

Преди няколко месеца Министерството на финансите, което контролира малко над 50% от капитала на БФБ, подготви критериите за бъдещите купувачи. Изискванията са доста високи и на тях отговарят само най-големите оператори по света като Deutsche Boerse, Лондонската борса, обединението NASDAQ – OMX. Виенската фондова борса също отговаря на условията за бъдещ собственик на БФБ, а обстоятелството, че и двете ползват платформата Xetra, се приема за предимство. „Мечтата ми е да видя българските емитенти на екрана на Deutsche Boerse, защото това ще донесе видимост на пазара ни“, не скрива надеждите си шефът на „Елана“. Процедурата по продажба на борсата вече е задействана и предстои Агенцията за приватизация да насрочи конкурси за консултант и за реалната продажба.

## ПЕТЯ СТОЯНОВА

Оборотът на БФБ достигна критични ниски обеми, а сделките с ценни книжа се върнаха към екзотичност, каквато имаха преди десетилетие. Инвестиционната общност вижда изход от катастрофичната липса на ликвидност в бъдещата приватизация на държавните дялове на БФБ - София и Централния депозитар, които се предлагат в пакет.

Раздържавяването на акционерното дружество „Българска фондова борса“ се дискутира от началото на 2007 г. За тези пет години идеята за приватизация премина през смяна на ръководство, през увеличение на капитала, така че сега контролният пакет е в ръцете на Министерството на финансите.

Основната разлика от миналата стратегия за бъдещето на фондовата борса през 2007 г. е сегашната обща процедура за продажба на БФБ и Централния депозитар. Преди пет години

**Приватизация от стратегически оператор трябва да провокира инвеститорите и да спре отлива от БФБ**



# ПРИКАЗКА

Движение на борсите в САЩ, Германия, България, Румъния и Полша

„С приетата стратегия за приватизация на БФБ и Централния депозитар търсим интегриране на пазара ни с европейския и създаване на сериозна инфраструктура на нашата борса, което да гарантира надеждност и да повиши интереса на инвеститорите“, каза Боряна Пенчева, зам.-министър на финансите.

Очакванията са приватизационната процедура да приключи до края на тази година.

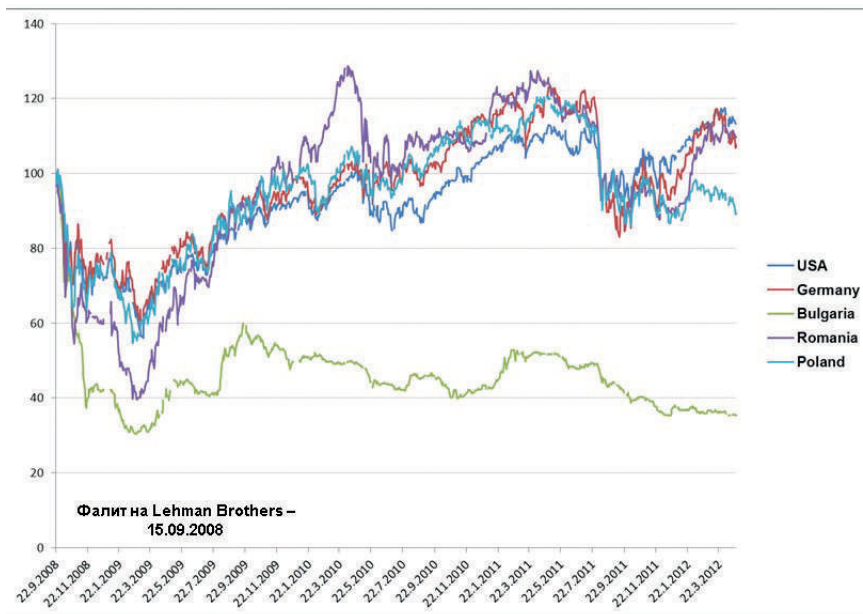
## В гонене на опашката си

Илиян Скарлатов, управител на „KVC Securities България“, е на мнение, че продажбата на БФБ на голям международен борсов оператор ще постави пазара във фокуса на инвеститорите. „Липсата на ликвидност на вторичния пазар в момента пречи на първичния и усложнява привличането на нови компании на борсата. Не трябва да очакваме обаче, че само чуждестранните инвеститори ще подобрят сегашната ситуация. Докато ние не вярваме в родните акции и не ги купуваме, няма как да очакваме БФБ да е атрактивна за другите категоричен е той. - Не се затваря ножицата на капиталовия пазар - ритейлът е мъртъв, договорните фондове не са активни, само при пенсионните фондове има покупки.“

Пазарът у нас е загубил 90% от инвеститорите заради липса на информация за качеството на дружествата и достатъчна прозрачност в собствеността. В Румъния загубата е 60%. „Българските компании трябва да се листват двойно на пазара в Букурещ, а не в Полша, защото с Румъния сме в един и същи клуб“, съветва Скарлатов. - „Който идва да инвестира в България, не очаква отчети в стил IBM, JP Morgan. Някои ни квалифицират като развиващ се пазар, други като граничен или периферен пазар (frontier market), но докато не се съживят покупките от индивидуалните инвеститори и договорните фондове, нищо няма да се случи“, категоричен е експертът.

## Пазарът е цар

За раздвижването на капиталовия пазар със свеж паричен ресурс са необходими законодателни промени. Въпреки предприетите мерки в тази посока все още има съмнения, които пораждаат несигурност за инвеститорите. Според тях от значение са както качеството на емитентите, така и прозрачността в собствеността на публичните



компани. „Много често едно и също лице у нас притежава и управлява дадено дружество“, посочва Даниела Петкова, изпълнителен директор на ПОК „Доверие“.

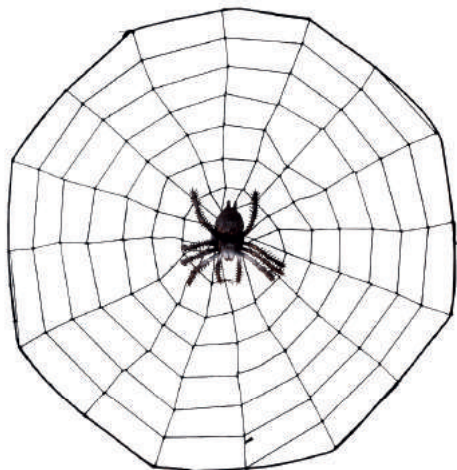
В момента изискването на българския оператор за нивото на прозрачност е значително по-ниско от това за компанията на големите фондови борси. Това е една от основните причини, които спъват големите инвеститори от вложения на БФБ - София. Едва пет компании публикуват отчетите си на английски език, но дори когато информацията е на български, тя не е достатъчна. Българските емитенти рядко оповестяват прогнози и обявяват политиката си за развитие на бизнеса, практики, които са стандартни за чуждите борси. Освен продажбите си, те не разкриват и нивото на рентабилност, което е много важен индикатор за качеството на корпоративното управление и доколко мениджмънтът контролира рисковете за дружеството. Приватизация на борсата и осигуряване на нова инфраструктура също ще са крайно недостатъчни, за да се върне печалбата на българския пазар. „Пенсионните фондове са си най-големите инвеститори в България, но пространството започна да става малко за нашите мащаби. Проблем е фри-флоутът, който е около 20%. Това е твърде малко предлагане. Ако някой иска пенсионните фондове да се активизират, трябва да се концентрира върху законодателната рамка. Проблем е ежедневното оценяване на акциви“ - смята Даниела Петкова. - Няма съмнение, че инвестициите в акции са дългосрочни за икономиката за разлика

от тези в дълг.“

## „Стари“ герои във фабулата

До есента трябва да бъдат продадени останалите държавни дялове в електроразпределителните дружества. Това ще даде евентуален тласък за съживяване на борсата. „В началото и края на лятото ще бъде листването и приватизацията съответно на ЧЕЗ и Е.ОН“, обяви Васил Големански, изпълнителен директор на БФБ-София. Държавните дялове в общо четирите дружества (двге на ЧЕЗ и двге на Е.ОН) са по 33% от капитала. Досега няма официален интерес от мажоритарните собственици към миноритарните пакети в електроразпределителните дружества в Западна и Североизточна България и вероятно при тях вторичната търговия ще е по-активна спрямо тази при ЕВН. В края на миналата година беше осъществена приватизацията на държавните 33% от капитала на ЕВН, като почти всички акции бяха изкупени от мажоритарния собственик EVN AG. БФБ-София и Централен депозитар работят по нова система за клиринг и сетълмент, която трябва да е готова след 3-4 месеца. Тогава ще е възможна търговията с деривативни инструменти и къси продажби. От 2 юли търговската сесия на БФБ-София ще бъде удължена до 17 ч и така ще се засече с началото на ежедневната търговия в Ню Йорк.

**\* Не е препоръка за вземането на инвестиционно решение!**



*Наш гост е представител на българска компания за IT услуги, нали знаете, че от рекламни съображения не може да споменаваме имена на фирми... Справката в Google сочи, че... В момента може да се свържете с нас по Skype... Посетете нашата страница във Facebook... Това се повтаря по много пъти на ден в нашите електронни медии. Споменаването на българските марки и компании е непозволена реклама, но не и на глобалните брандове.*



# Новите Завоеватели

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

През февруари интернет гигантът Google загуби дело във френски съд за нелоялна конкуренция от страна на Google Maps. Френската Bottin Cartographes обвинява Google Maps, че подбива пазара с безплатните си услуги. Съгът постанови Google да плати на Bottin Cartographes около 660 000 долара щети и лихви, както и 20 000 долара глоба.

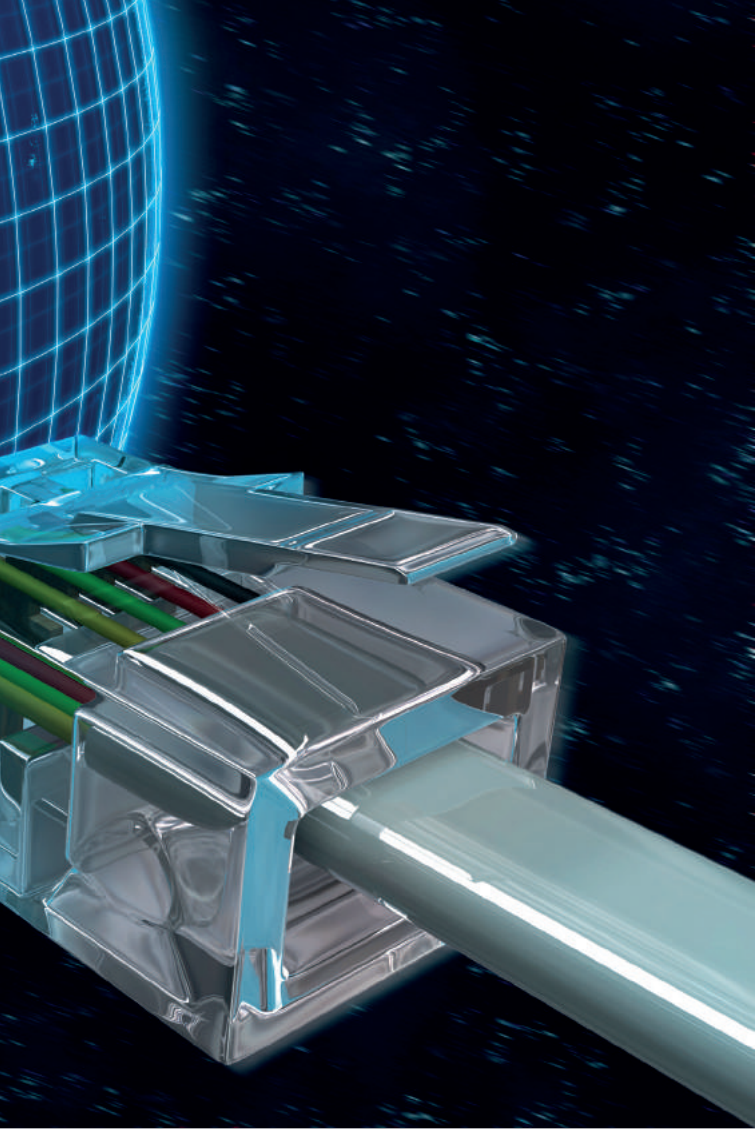
Аналогичен удар от безплатните услуги на Google Maps търпи и bgmaps.com, чийто собственик е българската фирма „Датекс“. Техните карти на България и българските градове са свободни за ползване в интернет, плащат само компании или институции, които ще изграждат функционални решения с географски карти на страната. Факт е, че и у нас безплатната

алтернатива води до сериозен отлив на корпоративни клиенти, което създава огромни затруднения за развитието на bgmaps.com. Но „Датекс“ дори не направи опит да съди Google.

## Нашественици

Преди години транснационалните корпорации правеха стратегии за навлизане, отваряха офиси, наемаха хора, а сега проникването става чрез интернет. Нужен е само регионален мениджър, който знае езика и от централата той командва развитието на бизнеса на съответната територия. Така Facebook и Google нахлуват на международни пазари с глобални услуги, някои са на много по-ниска цена, а други са напълно безплатни. Facebook стана част и от нашето ежедневие. На българ-





## Има ли начин да се противопоставим на глобалните брандове, които задушават местния бизнес

обяснява Иван Иванчев, изпълнителен директор на EasyOnline. Според него наддаването не работи, когато поради липсата на голям интерес всички купуват на минималните стойности. В САЩ и Великобритания наддаването е започнало от цент на клик, но вече е достигнало около едно евро. При нас е започнало от цент и е нараснало до два цента, тъй като няма наплив от желаещи да рекламират. Така към момента цената за двете световни търсачки се е стабилизирала на около 1-3 цента за клик. Това обезценява рекламата в двете глобални мрежи, но се отразява и върху цените за рекламиране на вътрешния интернет пазар. Съществен момент е, че ако рекламирате във Facebook, парите отиват зад граница, и нито цент не влиза обратно в българската икономика. По никакъв начин не се акумулира приход на средства в гържавата, не се създават и работни места.

### Порастване

Но защо вместо да се оплакваме, не направим аналогичен пробив? Отговорът е в капиталите, които се инвестират в едно или друго начинание. Google от години е печеливш модел и реинвестира печалбите. Facebook получава огромна финансова подкрепа от индивидуални инвеститори и от фондове, като дълго време обаче платформата е работила на загуба. А сега дори излиза на борсата чрез първично публично предлагане на акции.

Наливат се огромни средства, без да се чака бърза възвръщаемост – това е начин един бранг да стане глобален и всякаква конкуренция да бъде смазана. Мнозина опитват, но малцина улучват щастливата комбинация. Така например единствената рентабилност, която засега носят големите проекти от рода на Skype, е тяхната препродажба. Как обаче се решава проблемът с развитието на местните компании, които трябва да се надпреварват с глобалните? Българският пазар е малък и ако съумеете да създадете бизнес модели, които да носят приходи,

ска територия мениджмънтът е чуждестранен, продуктът е унифициран и единствената специфика за дадена страна е езикът - няма лицензионен режим, не се изисква регистрация на дружество, нито пък се налага да плащат данъци в тази гържава.

В България Facebook не дава пари за реклама, глобалната марка има своя стратегия - рекламата е от уста на уста, медиите ги популяризират без ограничение. Световните интернет корпорации навлизат безпрепятствено, само Китай блокира Facebook, Twitter и YouTube, наложи ограничения за ползването на Skype, а преди това Google бе принуден да затвори сървърите си на тяхна територия.

### Война на световите

Потенциалът на българския интернет пазар не е голям. Когато влезе чужда корпорация, местните компании в същия бранш нямат голям шанс да оцелеят. В онлайн рекламата например това се на-

блюдава на много равнища. На ниво медии Google и Facebook създават неравнопоставена конкуренция, тъй като голяма част от бюджетите за реклама се харчат за тези две платформи.

„Като собственици на рекламна мрежа управляваме рекламата в над 200 сайта и сме пряк конкурент на Google и Facebook в частта Pay Per Click реклама, която се плаща на клик. Двете глобални мрежи са се специализирали в това. Надпреварата е непосилна. Ценообразуването при тях е много неясно, а и регулациите, които се създават в една гържава, за да определят правилата на играта на даден пазар, не важат за световните корпорации. Които даде повече, той усвоява рекламата. Този ценови принцип има смисъл, когато фирмата, която го предлага, търси определена рентабилност. Ако не се наддава достатъчно, този модел би трябвало да се провали. Но в техния случай не е от таква значение, тъй като България е малък пазар и се знае, че приходите не биха могли да са съществени”,

то вие ще сте открили решение на проблема и ще си гарантирате оставане на пазара. Всяка фирма се стреми да е уникална, предлага ли нещо ценно, потребителите ще го грабнат. Но ако определени продукти или услуги са по-лоши от други, тогава и административната принуда не би ги превърнала в конкурентни. „Имаме подробни карти на всички 257 града в България, а и

нашата агресна база, която е най-ползвана в bgmaps.com, е много-много точна от Google Maps. Това е така, защото сме силно локални, работим с много партньори и всеки ден обновяваме базата данни. Нашата слабост, че сме локални и малки, е и нашето предимство”, обяснява Росен Русинов, главен мениджър в „Датекс” ООД и ръководител на екипа за ГИС решения и услуги. Така

вместо да търси съдебна закрила, българската компания намира ахилесовата пета на „акулата”.

## Информационната ера

Обемът на информация и скоростта на обработването ѝ постоянно нарастват и така се раждат новите продукти и услуги в информационното общество. След електричеството интернет се превърна в най-голямото технологично постижение, което свързва всички хора. Следващият уникален момент е, че в тази глобална мрежа потребителите са в непрекъснат контакт 24 часа в денонощието, а с помощта на мобилните телефони всички постоянно могат да са онлайн. Освен това броят на хората, които стават част от мрежата, лавинообразно расте. Това коренно променя начина, по който работим, пазаруваме и се забавляваме. България е малък пазар и шансът на нашите компании е да намират свои ниши. Фирмите, които се създават тук, не може да бъдат много големи, а и у нас се смята, че локалният пазар не им позволява да пораснат и да станат глобални. Затова и според Росен Русинов всеки трябва да открие територията, към която големите нямат апетит, защото е малка за тях. Нишовите пазари са възможност българските IT фирми да станат част от световната търговия.

„Ако се съюзим срещу глобалните брандове, това няма да ни помогне, защото другата е логиката на развитието. Всеки е свободен да направи по-добра система от тях. Не бива да се изпада в крайности, защото ако по административен път се наложат решения, които не са толкова добри, свободната инициатива ще се ограничи”, коментират от „Датекс”. Практиката показва, че в онлайн бизнеса за разлика от традиционните индустрии винаги има шанс да станеш глобален, и то сравнително бързо. Нужна е добра идея с добър екип, който да успее да я реализира. Ако идеята си струва, парите ще я намерят. Фондовете за рисков капитал сега върху куфари с пари и се оглеждат за добри идеи.

Дора Василева,  
председател на Българската уебасоциация:

## В голямата надпревара оцеляват най-иновативните

Челната тройка на световната класация за най-иновативните марки вече три години се оглавява от компании, свързани с интернет комуникацията. Глобалните интернет брандове нахлуват агресивно и устойчиво.

В последните месеци се появиха казуси, при които местната власт на отделни сържави предприе решителни стъпки спрямо някои глобални брандове. Причина за това основно е нежеланата конкуренция, от която страдат местни алтернативни марки. Машабът на глобалните компании им позволява да предлагат услугите си на изключително ниски цени, а в много случаи и безплатно. За крайния потребител това е добре дошло, но от икономическа гледна точка за локалните интернет бизнеси надпреварата е непосилна и на практика ги лишава от възможността да се развият. В много случаи на даден пазар глобалният бранд работи на загуба, но продължава да елиминира местни изграти. Свидетели сме на казуса с френските власти и безплатната услуга на Google Maps. Противоречиви бяха мненията в Европа и около услугата Street View на Google.

Глобалните марки в много случаи провикрат разработването на иновативни

продукти и услуги, тласкат появата на нов вид професионалисти и специалности в уеб, индиректно влияят на образованието в областта на информационните и комуникационните технологии. Но може би назрява времето, когато на местно ниво трябва да се обърне внимание на локалните доставчици на подобни услуги чрез стимули за тяхното развитие и съществуване.



Представете си само приемане на наредба, която забранява споменаването на лидера на социалните медии... Глобализацията все пак не бива да бъде

крайна и да загущава националния уеб.

Няма обща формула за оцеляване на местния бизнес, свързан с мрежата. Част от компанията се

### Глобалните марки тласкат появата на нов вид професионалисти и специалности в уеб

ориентират към външни пазари. Други сменят бизнес модела – това е много често срещана практика, особено когато е невъзможно навлезият глобален конкурентен бранд да бъде пренебрегнат. За съжаление много бизнеси се примиряват и продължават да съществуват под формата на подизпълнители или доставчици на вече утвърдени уебкомпании.



Жанет Найденова, Председател на Управителния съвет на IAB България:

# БИЗНЕСЪТ ВЪРВИ КЪМ ВСЕ ПО-ГОЛЯМА ДИГИТАЛИЗАЦИЯ



ЯНА КОЛЕВА

**- Какво показват цифрите за състоянието на рекламния пазар и как интернет налага своето присъствие и доверие?**

- Интерактив Адвъртайзинг Бюро (IAB) България за втора поредна година проведе проучване AdEx за приходите от интернет реклама в България. Тази година участваха двадесет от най-големите компании в страната, голяма част от които са наши членове, но за първи път участваха и телевизии, които вече успешно присъстват и в интернет. Данните, които акумулираме за 2011 г., са за брутни приходи от интернет реклама. Самото проучване е на базата на въпросник, който се подготвя от IAB България. Списъкът с участниците се предоставя на компанията,

извършваща проучването, която тази година за България е Ipsos. Тя обработва информацията, като запазва конфиденциални индивидуалните данни. За 2011-а брутният приход от интернет реклама е около 42,5 млн. лв. Това представлява ръст от 4,1% спрямо предходната година. Увеличението в сравнение с 2010 г. се дължи предимно на ръста на дисплей рекламата – 95% от растежа се генерират от увеличените приходи от този тип реклама. Всички, които желаят да се запознаят с данните от AdEx 2011, могат да изтеглят безплатно „Паспорт на дигиталната индустрия в България 2011“ от секцията „Библиотека“ на сайта на IAB България: <http://www.iabulgaria.bg>

**- Ще „отхапва“ ли интернет все по-голям пазарен дял и защо?**

- Световна тенденция е интернет да „отхапва“ все по-голяма част от бюджетите. По света „златният баланс“ на инвестиции в интернет спрямо целия бюджет за реклама е 15% за 2010-а, данните за 2011-а ще излязат през юни 2012 г. В България сме доста назад. За 2010-а съотношението е около 6,2%. За 2011 се надяваме данните да са по-позитивни.

**- Все повече хора прекарват все повече време в мрежата. В каква технологична ера навлизаме или неусетно вече сме навлезли...**

- През юни 2012-а предстои да излязат резултатите от проучване MediaScore на IAB Европа, което се провежда в 28 страни на Европа, като за първи път участва и България. Ще имаме точни цифри и ще знаем много повече за потребителите в интернет. Вече профилирането само по географски принцип няма да е от толкова съществено значение. Ще е важно какво точно

През юни 2012-а ще излязат резултатите от проучването MediaScore, което се провежда в 28 страни на Европа, тогава ще знаем много повече за потребителите в интернет

прави този потребител, къде и по кое време, колко дълго и как да стигнем до него по най-интелигентния начин, без да го безпокоим, за да имаме най-голяма степен на ангажираност на потребителя с нашето послание и бранд. Уникалното в Mediascope е идентифицирането на модели на променящо се медия потребление в целия медия

**Това, което постигна Facebook за четири години като брой потребители, телевизията го е направила за 50**

спектр: интернет, радио, телевизия, мобилен достъп, вестници и списания. Нововъзникващите и развиващите се онлайн медии, включително използването на интернет чрез мобилен телефон, таблет, конзола; видеопотреблението и социалните медии ще бъдат изследвани в дълбочина, за да се даде цялостна картина на интерактивния потребител. Изследването ще засегне и тенденциите в електронната търговия, като във всички страни ще се използва комбинирана „Омнибус + Онлайн“ методология.

**- Фирмите, които не са част от онлайн индустрията, осъзнаха необходимостта да имат и да поддържат свой сайт. Какви възможности опитвате да им посочите, че съществуват в интернет и имат значение дори за традиционните индустрии?**

- Ако до преди 10 години да нямаш уебсайт, не беше толкова страшно, сега ако нямаш уеб сайт си извън бизнеса. Фирмите вече осъзнаха необходимостта да имат и поддържат уеб сайт. Сега трябва да направят следващата стъпка – да промотират своите услуги, продукти и марки онлайн. Ще дам един пример от практиката на IAB България. Една от най-консервативните аудитории по отношение на инвестиции в интернет маркетинга е категорията фармацевтични компании. Това е много специфичен бизнес, в който има много регулации и голяма част от лекарствата се купуват на базата на рецепти.



## Кой колко

**IAB България за втори път създаде заедно с Ipsos България индекс за топ 50-те рекламодателя в интернет. Рекламодател номер 1 отново е М-тел. Процентите са на база инвестирания бюджет на най-големия рекламодател. В топ 10 по използвани бюджети в онлайн реклама за 2011-а са:**

1. Mtel	100%
2. Raiffensen bank	43.8%
3. Unicredit Bulbank	29.2%
4. General Motors	25.3%
5. Bank DSK	21.1%
6. Bet at Home	20.8%
7. Nokia	18.3%
8. Kraft	15.5%
9. VIVACOM	14.6%
10. Eurobank EFG Bulgaria AD	10.3%
11. ProCredit Bank	10.3%

Но около 40-45 процента са лекарства без рецепта. Въпрос на избор на потребителя е кое от тях да купи от аптеката. Тук вече идва силата на интернет като комуникационен канал, за да информира потребителя за съществуването на това лекарство, какви са ползите от него, превенциите, и разбира се, да изгради общности около съответните марки. Това е един бранш, който миналата година не влизаше в топ-рекламодателите. Тази година вече виждаме негови

представители в топ 50.

Според мен до голяма степен консерватизмът в традиционните индустрии се дължи на липсата на познание, опит и обучени кадри, които се занимават специално с маркетинг в тези компании. За тях телевизията е нещо много познато, от което очакват веднага резултат. След една телевизионна кампания резултатите са лесно измерими, но изискват сериозни бюджети. Комбинацията между телевизия и интернет дава достигането до по-голям брой хора на по-ниска цена.

**- И в материалите от последния ви форум се усеща разочарование, че бизнесът все още гържи известна дистанция от своята сериозна дигитализация. Какво е нужно, за да се случи подобна промяна? И трябва ли?**

- Не бих казала, че всички бизнеси се гържат на дистанция от своята дигитализация. Интересно е да се проследи кои индустрии как рекламират в интернет и какъв е трендът. И през 2011 г. водеща позиция имат рекламодателите от финансовия сектор с най-висок дял от общите брутни приходи - 15%, или близо 6.5 млн. лв. На второ място са рекламодателите от сферата на телекомуникациите, на които се падат 10% от общите приходи, или приблизително 4.5 млн. лв. В сравнение с 2010 г. ръст бележат бюджетите на развлекателната индустрия – със 7.1% дял през 2011 г. (равняващи се на



3 млн. лв.), както и генерираните обеми от автомобилната индустрия – 5.7%, или 2.4 млн. лв. В същото време намалява делът на рекламодателите от сектора на потребителските стоки.

#### - Какви възможности дава дигиталният маркетинг?

- Това е въпрос за серия от книги. Зависи от целите, които една компания си поставя. Ако изграждането на марката онлайн е основната цел за една компания, тогава дисплей рекламата е истински действащото присъствие. За всяка компания първата и най-важна стъпка е маркетинг стратегията на фирмата. Има ли и дигитална стратегия за развитие? Има ли съответната компания опит в онлайн маркетинга? Има ли на кого да се довери при планирането, изпълнението, мониторинга, измеримостта и анализа на резултатите от кампанията? Има ли поставена цел и ключови индикатори за измеримост на ефективността за планираната кампания? Каква е целта – анонс на марка, поддържане на марката, промоция на продукт, услуга, генериране на потенциални клиенти и т.н.? Коя е целевата група? Как посланието на кампанията ще стигне до нея? С какъв обхват и оттам какъв бюджет е необходим? Как да интегрира по най-ефективния начин медиите? Това са въпросите, които трябва да си зададе. Моят съвет е компаниите да се доверят на професионалисти от дигиталните маркетинг агенции, които не само знаят и могат, но и ще работят с тях в екип за постигане на успех.

#### - Как социалните мрежи пренареждат дневния ред на компаниите, а даже и на някои от институциите?

- Още се намираме в началото на кривата на хуресусле (зависимостта между очакванията и технологичната зрялост) на социалните мрежи. След едва-две години нещата ще бъдат съвсем различни. Обикновено, когато възниква

**Ако до преди 10 години да нямаш уебсайт не беше толкова страшно, сега ако нямаш, си извън бизнеса**

нова технология и тя се развива много бързо, е абсолютно очаквано рекламодателите да се пренасочат мигновено натам. Това, което по-

стигна Facebook за четири години като reach (брой достигнати потребители), телевизията го е направила за 50. Въпросът е във възвръщаемостта на инвестицията.

#### - Глобалните марки като Google и Facebook например са като цунами, как българските уеб базирани марки се борят за място под слънцето?

- В България имаме локални медии с много силно съдържание, което е на български език, и ние ще запазим темповете на нарастване на инвестицията в интернет реклама в българските медии. Те са изключително важни за марките в България, тъй като чрез Google можете да облъчите с вашата кампания най-горещите си потенциални клиенти и да генерирате лидове, но не и да постигнете разпознаваемост на марката (Brand Awareness). Ползата от

дисплей рекламата, от Google, от Facebook и гюзите социални мрежи е съвсем различна. Въпрос на цел за съответната кампания и съответната марка е кои канали ще интегрира в своя комуникационен микс. Така че има място за всички.

#### - В каква посока ще се развива пазарът на онлайн реклама? Имат ли бъдеще банерите? Какви нови рекламни формати в интернет да очакваме?

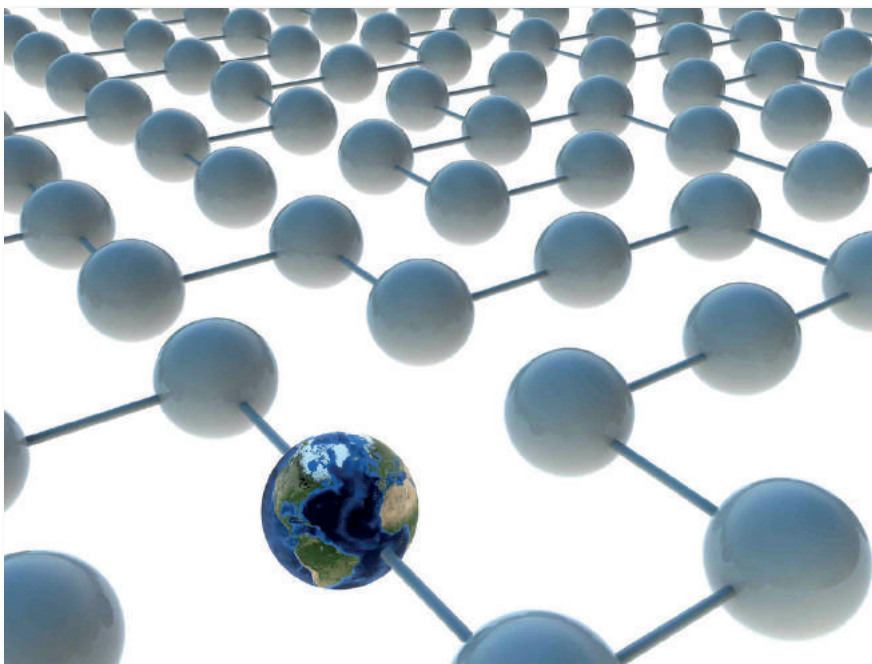
- Посоката, в която ще се развива пазарът на онлайн реклама (и не само в България), е отново дисплей, нови формати (по-ефективни за рекламодателите) на банерите Rising Stars, QR кодове – много са модерни, мобилен маркетинг, OBA (Online Behavior Advertising) – поведенчески таргетирани реклами и разбира се, че ще продължат и performance рекламните кампании.

#### - Прогнозата Ви за следващите 2-3 години.

- Двущифрен ръст на дигитал-

ния пазар в България и бих се радвала инвестициите в интернет маркетинг да са 20% от общите бюджети на българските рекламодатели в следващите 2 години. 🍀

**Следващата стъпка за компаниите е онлайн да промотират своите услуги, продукти и марки**



## Таблет за ученици



**С него децата могат да се обучават, да рисуват и дори да правят лабораторни изследвания**

Intel направи таблет за ученици. Studybook струва 200 щатски долара, а устройството се побира в раницата на всеки шkolник. Умната машинка може да влезе директно в учебните часове на децата, твърдят от компанията разработчик. Таблетът тежи само 525 грама, диагональт му е 7 инча, работи с процесор Atom Z650 с честота 500 гигагерца и има 1 гигабайт оперативна памет. Studybook има USB и HDMI портове, гнездо за слушалки, микрофон, слотове за microSD и СИМ-карта и две камери - на предния и задния панел. Батерията на устройството осигурява работа до 5,5 часа.

Корпусът на таблета има гумена обвивка, може да издържи на падане от 70 см височина и е защитено от прах и пясък. Studybook работи както с Windows 7, така и с Android 3.x. Електронен дневник, „читанка“ Кпо и приложение за рисуване, както и пакетът LabCam, допълват екстрите на устройството. С LabCam таблетът се превръща в изследователска лаборатория, а ако върху една от камерите му се постави присапка, джаджата се превръща в истински микроскоп.



# Японци атакуват LCD екраните


АНТОН АНДОНОВ

Три японски компании обединиха усилията си, за да направят най-добрия и евтин LCD екран в света. Sony Corp., Toshiba Corp. и Hitachi Ltd. създадоха Japan Display. Новата компания трябва да влезе в битка с южнокорейските и тайванските производители и да заеме поне 20% от пазара на екрани за смартфони и планшети в света. Корпорацията за производство на малки екрани с течни кристали в бъдеще има амбицията да се превърне в най-големия в света производител в този сектор.

Договорката за Japan Display бе постигната между трите големи японски фирми на 15 ноември 2011 г. Главен акционер в новата компания стана Innovation Network Corporation of Japan (INCJ), който държи 70 % от дяловете. Sony

Corp., Toshiba Corp. и Hitachi Ltd. имат по 10 %, а солидно рамо на компанията удари японското правителство, което инвестира в производството 2,6 милиарда долара.

Ние знаем какво иска пазарът и сме готови да му го дадем, заявя шефът на Japan Display Шуичи Оцука. Според него с обединените усилия на Sony, Toshiba и Hitachi компанията ще успее да реагира по-оперативно на исканията на клиентите и ще победи конкуренцията на компаниите от Южна Корея и Тайван.

В същото време Panasonic обяви, че е готов да се раздели с погрозделението си за производство на LCD панели, и видя в Japan Display вероятен купувач. Производството на фирмата е съсредоточено в Мобара и вади месечно по 600 000 LCD монитора за телевизионни приемници. 





# Влез в играта

## ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Той е изпълнителен директор на водеща технологична компания, в момента е на 25 и ръководи над 130 души щатни служители. Стартирал е бизнеса на 18. Идеята и развитието били толкова стремглави, че фонд за рисков капитал сам предлага подкрепата си. Всяка година компанията расте с поне 100% и вече е на пазара в над 70 страни. Не се бои да експериментира смело, да прави грешки, да постига успехи и да продължава с устремно темпо напред. Готов е да сложи още една нула в броя на заетите и тази възможност за разрастване съвсем не го плаши. Има привилегията да работи, забавлявайки се, защото е сред онези щастливци, съумели да превърнат своята геймърска маниакалност в бизнес. Не, компанията не е в Силициевата долина и той не е роден в Америка.

## XS Software е пример как една технологична компания може да постига растеж от над 100% годишно

Всичко започва от един ученически бас. Христо Тенчев е в 12-и клас във Втората немска гимназия в София и... работи в компания за хостинг. Запален геймър е и всеки свободен миг той гжитка! Негов съученик се обзалага, че не би могъл да създаде собствена игра. Христо без колебание се хвърля в предизвикателството, възлага дизайн на геймър от Пловдив, който му го изпраща през Skype (днес той е човекът, който отговаря за дизайна и анимацията на цялата продукция на компанията). Когато Vulfleet е готова, работодателите му позволяват да я качи на сървър в офиса. Но скоро играчите стават над 5 хиляди и тя започва да ангажира все по-голям хардуерен ресурс. Тогава идва решението да купят сървър, но за да се изплати и да може да се поддържа, играчите трябва да се монетизират,

т. е. да започнат да плащат. Въвеждат платени опции и скоро излизат на печалба. Така младите ентузиастични гобиват куража да превърнат разработването на онлайн игри в собствен бизнес и се заемат с втората игра. Наповете ги изстрелва зад граница – първо опитват в Румъния, но нямат успех, не се отказват и правят пробив на пазара в Германия и Полша.

После идва ред на Nemexia, Lady Popular, Managore, Street Mobster, Penguin Farmer... Но Vulfleet се играе и до днес, видът ѝ почти не е претърпял промени от 2004 г. насам, пазят я като корпоративна реликва, тъй като това е и първата българска браузър игра. Вече лицензират и игри на чуждестранни производители, като изцяло ги агаптират към особеностите на гържавата, в която ще се играят. Такава е

SofiaWars, чийто московски оригинал е направен от руски геймъри.

## Руск печели

Христо успява да развие компанията с много опити и грешки, някои от които – твърде скъпи, но извлича поука и продължава напред. Най-скъпата „грешка“ е човек в компанията, на когото залагат много, но той им забива нож в гърба и създава конкурентен бизнес.

„Рискуваме и дори да изгубим на гевет места, ако десетото е точното попадение, с него ще растем нататък. Ако не експериментираме, няма да правим грешки, но ако не бяхме опитвали, нямаше да се развием до това ниво. Така се отличихме от останалите, които правят игри в България. За разлика от нас те не успяха да излязат на външните пазари“, обяснява Христо.

Конкуренцията е най-големият проблем. Вече има много производители, а уникални хитове липсват. Преди 7-10 години имаше завладяващи игри, чиято нова версия продължава да се чака с нетърпение, спомня си с носталгия някогашният свободен геймър. Такава за него е Diablo 3, която излиза на 15 май. Тя е от най-касовите и в офиса на XS Software вече има госта пуснати отпуски за този момент. Но никои от ръководството не гледа с лошо око на това, тъй като в основния екип са играчи по душа, иначе как биха могли да са сигурни в това, което правят

Най-голямото умение днес е как в океана от игри да покажеш на потребителя своята игра, казва Христо Тенчев

АВТОРЪТ

и проговат.

## Предимството на знаещия

Като ученик Христо Тенчев се оправдавал пред родителите си, че с компютърните игри си прави маркетингово проучване. Затова и днес от позиция на опита твърди, че няма нужда да откриваш топлата вода. Разбира се, най-якото нещо е да измислиш игра, която да привлича като магнит. Но има механики, които виждаш в други продукти, и които биха могли да се използват и доразвият. Нужни са и много психологически познания. Така например има хора, чиято страст е да си

правят колекции, и те ще играят докрай с цел да съберат всичко, заложено в играта. Едни обичат да се хвалят с постижения, други да преодоляват трудности, а има и такива, които държат да играят в отбор, да са лидери и организатори. Точно тези похвати се прилагат в различните игри. XS Software може да се похвали с госта свои решения и новости, които вече се копират, но над тях няма авторско право. Това днес е най-близката форма до пиратството.

## Моля, плащай

Когато един потребител влезе в играта, оттам нататък стои

# Парите идват бавно

Начините на плащане са различни. Доскоро SMS-ът е бил най-предпочитаният вариант, но EasyPay и ePay се изравняват по количество с мобилния превод. Всичко обаче зависи от играта и от държава. Възрастните предпочитат да плащат с кредитни карти, за разлика от децата. Проблемът е, че телекомите си удържат голям процент, който в отделните страни е различен. В Бразилия например компанията получава едва 25% от обема на плащанията с SMS, като няма възможност за договаряне с конкретни оператори за по-добри условия при услугите с наплатена стойност. Освен това плащанията се бавят.

„Технологични компании като XS Software трябва да бъдат стимулирани, защото изнасяме продукт, - настоява Христо Тенчев. - Всичките ни разходи са в България, но след последната ревизия се оказа, че трябва да плащаме ДДС в големи размери. Продаваме виртуална валута, а данъчните ни питат какво е това. Виждат, че голяма част от приходите ни идват от чужбина, а разходите ни са тук. И вместо да ни възстановят ДДС, настояват ние да го плащаме. Това е абсурд, който ако не намери решение, ще сме принудени да изнесем компанията в чужбина, от което държавата ще загуби.“



## Цифрите говорят

- ✓ 23-24 години е средната възраст в компанията
- ✓ Наг 25 млн. са регистрираните играчи в цял свят за всички игри на XS Software, активните геймъри са около 2 млн.
- ✓ Компанията е с наг 130 служители. Растежът от 20 до 100 души става само за една година с появата на фонда за рискови инвестиции European Founders Fund. С негова подкрепа излизат и на външните пазари
- ✓ Наг 8 млн. лв. са приходите от продажби през 2011-а.
- ✓ Игрите се играят на наг 30 езика, в повече от 70 държави

Въпросът как да бъде заинтригуван и задържан по-дълго, как да бъде провокиран да плаща повече и как неплащащите играчи да станат плащащи. Възможностите, които съкращават време за чакане и ускоряват играта, струват пари, но средно 5% от участниците превеждат суми, останалите сърфират безплатно. Ако играта е атрактивна, гругите 95% ще поканят свои приятели да се включат, така играта ще расте.

Игрите все повече се възприемат като услуга, а не като продукт, тъй като не се произвежда диск, който да изминава дълъг път до крайния клиент, свързан с много разходи. Използват се облачните технологии, приходът за производителя е почти директен, има много по-малко посредници, потребителят ползва играта толкова, колкото му е необходимо, без да има нужда физически да я съхранява.

## В социалната мрежа

Мнозина биха могли да направят игра, но въпросът е дали тя има потенциал да се развие, тъй като конкуренцията вече е огромна.

Преди привличането на един играч е струвало центове, в момента това коства доста пъти по-скъпо. И за да може нова компания да придобие популярност, е необходимо или голяма инвестиция, или уникален продукт, който има способността да расте вирално (вирусно). Това беше постигнато с игрите във Фейсбук. Миналата година XS Software експериментира със специална игра в най-голямата социална мрежа. Събрали 600 хил. играчи, но изкарали малко пари, тъй като нагласата е, че в социалните мрежи всичко е безплатно. „Обвързването на бизнес модела с Фейсбук създава зависимост, а правилата може да се променят по някаква причина. Социалната мрежа те задържава да използваш нейната виртуална валута, след което си удържа 30% от прихода. Има много компании за игри, които имат общ инвеститор с Фейсбук - те разполагат с вътрешна информация и преди всички могат да се възползват от нея. Затова решихме да излезем от Фейсбук и да се развиваме самостоятелно”, обяснява Христо Тенчев.

## Смело напред

В България има голям потенциал за развитие на технологиите, но образованието не е в крак с новостите. В началото всички в XS Software били самоуки, за съжаление и до момента ситуацията с разработчиците на игри не е много по-различна, тъй като никъде в България такива знания и умения не се преподават. Все още не е натрупана критична маса от ноу-хау, за да се създаде подобна специалност в някои от нашите университети. В Холандия например се изучава гейм дизайн, избират го хора, амбицирани да създават сполучливи игри.

Историята на успеха на XS Software показва, че пристрастяването може да е със знак плюс, когато имаш енергията да го превърнеш в бизнес. Ако и вие имате хубава идея, втурвайте се веднага да я реализирате. Започнете ли, може и груги да харесат намерението и да ви помогнат.





**Мекотелите могат да стигнат навсякъде и сами произвеждат енергия колкото малка батерия**

ФОТО И КОЛАЖ  
АНТОН КОВАЧЕВ

# Охлюви киборги

**АНТОН АНДОНОВ**

Насекоми и мекотели разузнавачи са най-новите попълнения в армията на шпионите. Американски и израелски учени не щадят нерви и време, за да разгадаят тайните на охлюви, водни кончета и всякакви бръмбари и възможността те да започнат да събират информация.

Бъдещето на разузнаването е в ръцете на охлювите. Пълзящите животинки са на път да се преборят за щатно място сред „тихата армия“, защото могат да работят не по-зле от шпионин с 30 години стаж. Въпреки че все още няма назначени

щатни охлюви на служба, в бъдеще използването им в разузнаването е повече от сигурно, твърдят американски и израелски експерти.

Шпионите на бъдещето ще могат да събират информация дори за иранските ядрени обекти. Те няма да се различават на пръв поглед от обикновените си събратя, но по-съсредоточен поглед в тях ще открие тайното им оръжие. Охлювите – шпиони са омотани в тънки електроди, наричани Вискурарег, които представляват листенца от въглеродни нанотръби. Благодарение на тези почти невидими електроди безгръбначното е на път да се превърне в идеалния шпионин.

Охлювите от своя страна вли-

## Най-мощният

САЩ създадоха и тестваха най-мощния лазер в света. Той е с енергия, превишаваща цялото потребление на електричество в часник на Америка, и може да открие пътя за създаването на термоядрени реактори за производството на енергия.

Енергията от едновременното пус-



кане на 192 ултравиолетови лазерни лъча създаде уникален лазерен лъч с мощност 411

трилиона вата. Той излъчваше само 23 милиардни части от секундата, но се превърна в най-мощният лазерен лъч на Америка. Специалисти от Националния комплекс за лазерни термоядрени реакции отвъд Атлантика (National Ignition Facility, NIF)



# СА ШПИОНИТЕ НА XXI ВЕК

зат в люта битка с представител на останалия животински свят – бръмбари скарабей, както и много други насекоми, чието движение може да бъде насочвано.

Така границите на съвременния шпионаж се срухват напълно, смятат учени от университета в израелския град Хайфа, които работят по проект за контрол на движението на различни видове насекоми. Те уточниха, че целта им е да превърнат мухи, скакалци и водни кончета в биороботи, способни да изпълняват бойни задачи. Това на практика означава, че насекоми и други малки същества може да бъдат свързани с видеокамери, акустични или газови сензори, системи за наблюдение, разпознаващи

устройства и всякакви електронни системи, използвани за всякакви цели. Животинките са в състояние да шпионират врага, но могат и да изпълняват „граждански“ мисии като изучаване на терени, където е станала катастрофа, или откриването на затрупани пог развалини хора след земетресение например.

Изследванията на израелските учени и американските им колеги се финансират от военните и вървят от години. По време на опитите с охловите изследователите са открили, че с помощта на електроди и използвайки глюкозата, съдържаща се в хемолимфата, от животинчето може да бъде извлечена толкова много енергия, кол-

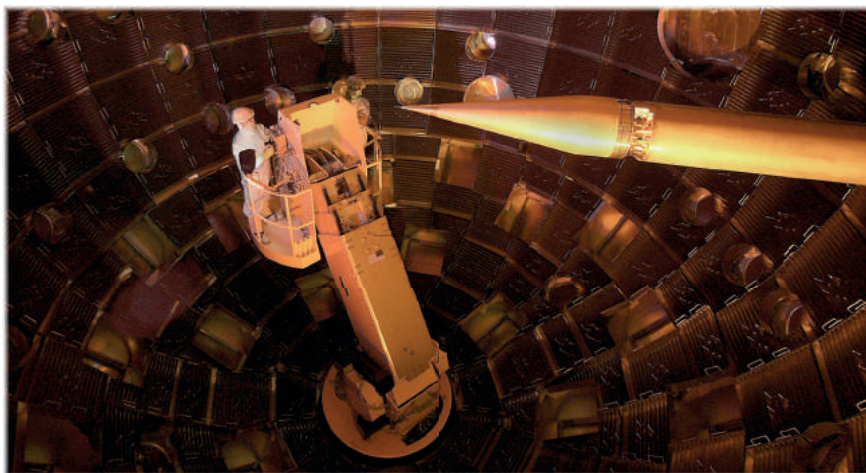
кото е необходимата за хранването на миниатюрна видеокамера или сензори за видеонаблюдение. В момента охловите „носят“ в себе си енергията на пълна батерия от типа ААА, но учените смятат, че това количество може да бъде увеличено.

Експериментите сочат, че използването на насекоми, мекотели и дори гъби за разузнавателни мисии е на прага да се превърне в рутинна дейност. Всъщност живите микророботи могат да бъдат насочвани в необходимото направление с помощта на електромагнитни импулси. Те могат да достигнат навсякъде, стига „врагът“ да не използва инсектицид за спирането им.

## ЛАЗЕР В СВЕТА

останаха изненадани от видяната мощност. Техните очаквания бяха доста по-скромни, но инсталацията ги изненадала с рекордно силно лъчение. То бе по-силно от пиковото електропотребление на САЩ за всички времена. Докато работеше, лазерният лъч създаде енергия с мощност 1,875 милиона гъджаула, която бе зесечена от всички измервателни уреди в изследователския комплекс. Показателят превишава 100 пъти аналогичните данни от предишния експеримент с лазерен лъч, проведен в NIF.

Учените твърдят, че създаденият свърхекстремален ултравиолетов лазер открива нов етап в развитието на физиката, защото под неговото влияние материята започва да се държи по доста неочакван начин. Откритието на US учени дава обяснение на съществуващи явления и помага да се разработят още по-нови свръхточни лазерни технологии. То може да доведе до отговорите на въпроси, над които физиците са търсили отговорите векове наред, защото новият лазер също като рентгенов лъч е в състояние да „разкрие“ всичко скрито в елементарните частици и да попълни празните полета в експерименталната физика. На всичкото отгоре най-мощният в света лазерен лъч успя да покаже на учените, макар и за кратко, несъществуващи на нашата планета условия, които приличат на средата, в която съществуват



вуват ядрата на близките до Земята звезди. Това означава, че в близко бъдеще е възможно тук – на Земята – да бъде направена изкуствена мини звезда.

NIF се намира в Ливърмор, Калифорния, и е част от известната Lawrence Livermore National Laboratory. Комплексът е построен за 12 години и струва 4 милиарда щатски долара. Той е с размерите на футболно игрище и представлява най-голямата в света експериментална база за провеждане на инерционно управляеми термоядрени реакции. На контролирания термоядрен синтез учените възлагат големи надежди, защото ако той бъде овладян,

технологията ще осигури на човечеството практически неизчерпаеми запаси от енергия. На всичкото отгоре термоядрената реакция, за разлика от реакцията на делене на урана, по която работят всички съвременни АЕЦ, създава много малко радиоактивни отпадъци, което прави термоядрения реактор практически безотпаден.

Първият успешен тест в комплекса е проведен на 6 октомври 2010 г. Тогава енергията на 192 мощни лазера бе насочена към мишена, направена от смес на деутерий и тритий. Силата на лъча бе толкова голяма, че предизвика термоядрена реакция. 🔴

# Вашият Инвестиционен Радар



Централен офис:  
ИП "Бул Тренд Брокеридж"  
Централен Офис:  
Телефон: +359 2 815 56 60;  
Факс: +359 2 815 56 65  
Адрес: София 1000,  
ул. Златен рог №12, офис 2  
E-mail: [bulltrend@bulltrend-bg.com](mailto:bulltrend@bulltrend-bg.com)  
Web: [www.bulltrend-bg.com](http://www.bulltrend-bg.com)

Инвестиционен посредник Бул Тренд Брокеридж ООД е създаден през 1997 година и е един от първите лицензирани инвестиционни посредници в България. Ние управляваме активи и консултираме широк кръг от клиенти. Привърженици сме на дългосрочните стратегии, но не пропускаме и краткосрочните възможности, които пазарите ни предоставят. Нашите коментари и анализи са широко отразени в медийното пространство. Компанията притежава лиценз за извършване на дейност като инвестиционен посредник в рамките на Европейския съюз.





# Войната на авиотитаните

**Съперничеството между „Боинг“ и „Еърбъс“ ще се ожесточи в следващите десетилетия заради очакваният ръст в индустрията. Така е, когато не само машините, но и парите за тях достигат до небесата**

## ИВАЙЛО ДАСКАЛОВ

Съперничеството между „Боинг“ и „Еърбъс“ отразява господството на двете компании на пазара на реактивни самолети. От 1990 година, в резултат на преразпределението на авиационната индустрия се оформиха двама силни играчи, дялящи 90% от пазара.

### Американците

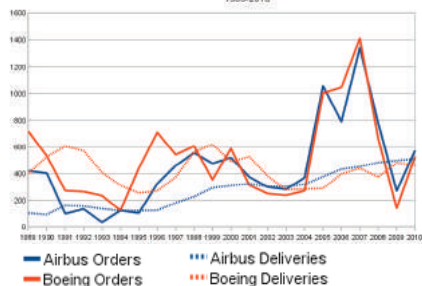
Откъде започва всичко? Създадена през 1916 година от Уилям Боинг, компанията извървява дълъг и нелек път, преди първият ѝ самолет да полети. Цели 22 години са необходими на „Боинг 314“ Клипър да запише името си в историята. Следва стремглав успех най-вече в производството на военни машини. През 50-те години на миналия век технологията на пасажерските самолети се развива особено напредничаво и през 1958 година „Боинг“ създава първия еърлайнер В707. При този модел са разработени различни модифи-

кации и през дълъг период от време той е използван и за ВИП транспорт на държавни глави, включително на президента на САЩ. Историята е дълга, опитът богат и определено от „Боинг“ имат всички предпоставки за едно завидно самочувствие.

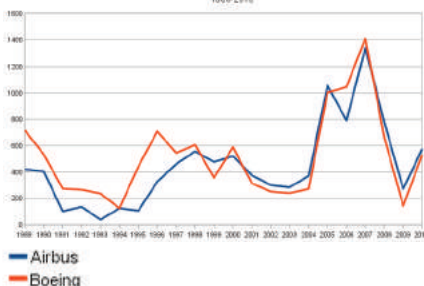
### Европейците

Далеч по-скромно е родословното дърво на конкурента от Стария континент. Европейците съзнават, че единственият им шанс да мерят сили с най-добрия в бранша се крие в обединените усилия. Еърбъс е формално основана през 1970 година, а през 1971 година към немците и французите се присъединява и испанската фирма CASA. Масовото производство стартира с модела А300 през 1974 година, който обаче не се оказва особено търсен. Успехът идва години по-късно, отчасти продиктуван от намиращата се в неравностойно положение съветска авиоиндустрия и, разбира се, от революционните идеи на инженерите

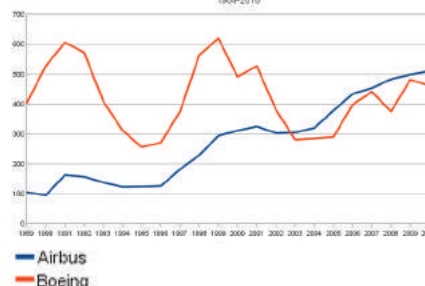
Yearly Total Orders and Deliveries, by Company 1989-2010



Yearly Total Orders, by Company 1989-2010



Yearly Total Deliveries, by Company 1989-2010







в компанията. Консорциумът хвърля бяла ръкавица на самолетостроител номер едно, като залага на най-съвременните технологии. „Еърбъс“ успяват да автоматизират функциите на бордовия инженер и единствени за времето си предлагат голям пътнически самолет с летателен екипаж от двама души.

Работата им не спира готук и няколко десетилетия по-късно фактите са красноречиви. През последните 10 години (2002- 2011), „Еърбъс“ е получил 7181 поръчки и е изпълнил 4218 от тях, „Боинг“ имат 6360 поръчки и 3871 изпълнения.

Бизнесът е за милиарди, а проучванията и на двете компании сочат едно и също. Следващите две десетилетия ръстът в индустрията ще е значителен. Според „Боинг“ до

2030 година светът ще има нужда от 33 500 нови самолета, докато „Еърбъс“ са идея по скромни и предвиждат бройка от 27 800. Основателно най-много надежди се крият в азиатския пазар, където не само населението нараства, но и все повече хора могат да си позволят да пътуват.

## Двете философии

И докато по отношение на цялостния ръст еднородието е пълно, съществуват варианти за начините, по които това ще се случи. „Еърбъс“ са на мнение, че ще се достигне момент, когато за летищата няма да е възможно да съгъстват повече трафика. Това налага разработката на по-големи самолети, способни да превозват максимален брой хора с един полет. Пример за това е технологичното чудо А380, което е в състояние да побере 853-ма пасажери. При наличието на първа и бизнес класа бройката пада на 525, но е все още внушителна.

От „Боинг“ твърдят, че браншът ще се развива в така наречената „low cost-point to point“ насока, което ще принуди авиокомпаниите да оперират с голям на брой флот от по-малки самолети, способни да извършват чести и бързи полети.

## Стратегии

Битката не се изразява само в стратегическо мислене относно бъдещето на транспорта. Не са малко факторите, които насочват определен превозвач при покупка на

самолет. Тъй като много от авиокомпаниите в света изцяло или частично принадлежат на правителството, изборът често олицетворява политическите интереси. „Боинг“ и „Еърбъс“ се стремят да използват това, като за подизпълнители на различни компоненти избират места със стратегическо значение. По този начин получават конкурентно предимство. Пример за това са дългогодишните взаимоотношения на „Боинг“ с японските гоставчници от Mitsubishi Heavy Industries и Kawasaki Heavy Industries, хог, който е помогнал на „Боинг“ да постигне почти пълно превъзходство на японския пазар.

Отчасти поради произхода си, от „Еърбъс“ са имали по-малко възможности да изнесат части от производството си извън Европа, но бързо се ориентират в обстановката и през 2009 г. откриват завод в Туенгзин, Китай.

## Прилики и разлики

За среднестатистическия пътник разликите между „Боинг“ и „Еърбъс“ са трудно доловими. Да вземем за пример най-новите им продукти Airbus A350 и Boeing 787. Веднъж след като се издигнат във въздуха и по тях няма отличителни маркировки, разкриващи принадлежността им, става трудно да ги разпознаеш.

За направата на Airbus A350 се използват 53% въглеродни влакна. За гриймлайнера на Boeing - 50%. И двата самолета могат да прелетят повече от 8000 мили без презареждане и всеки един от тях разполага с





по 3 модификации. Малко по-големият A350 предлага от 270 до 440 места, докато при 787 те са между 210 и 330. От „Еърбъс“ твърдят, че A350 е 25% по икономичен от предшественика си (въпреки, че остава неясно кой точно модел визират, след като се предполага, че A350 е изцяло нова разработка). Боинг от своя страна се хвалят с 15% по-икономичен самолет, сравнявайки 787 с близкия по големина продукт на компанията „Боинг 767“.

Въпреки множеството прилики, броят на реализираните сделки съвсем не е равностоен. Дотук „Боинг 787“ има 876 поръчки от 53-ма клиенти, а „Еърбъс A350“ - 505 от 32-ма клиенти. До голяма степен това се дължи на съществена разлика в цените. A350 ще струва между 225 и 285 милиона долара, докато 787 ще се предлага за значително по-малката сума от 150 до 205 милиона долара.

И докато за пътниците е трудно да изградят мнение кой от двата производителя предпочитат, по съвсем друг начин седят нещата при пилотите. Разликата в системите за управление често се явява разковничето на проблема и дели професионалистите на два лагера. Модерните еърбъси залагат на така наречената „fly by wire“ система. При нея управлението се реализира чрез джойстик, локализиран непосредствено до главната конзола. Той изпраща електрически сигнали до мотори, задвижващи задкрилките, предкрилките, елероните и вертикалния стабилизатор. Повечето боинги използват по-традиционните

рулове, или още контролни колони, при които кабели, с помощта на хидравлични системи, осъществяват управлението. С две думи при „Боинг“ има по-малко електроника и някои пилоти твърдят, че така усещат самолета повече и им се предоставя по-голяма свобода. Други предпочитат прецизността на намиращия сходства с електронна игра интерфейс на „Еърбъс“.

## Двигателите

Конкурентната способност на всяка една авиокомпания е повлияна от избора на самолетни двигатели. В повечето случаи превозвачите предпочитат да имат на разположение избор от поне два двигателя на водещите производители General Electric, Rolls-Royce и Pratt & Whitney. Нерядко обаче в преследване на търговските си цели производителите на двигатели успяват да надделят в преговорите с „Еърбъс“ и „Боинг“. Едни от по-популярните самолети, които оперират само с един тип двигател, са Боинг 737-300, (CFM56), Еърбъс A340-500&600 (Rolls-Royce Trent 500), Боинг 747-8 (GEpх-2B67).

Двете компании често се обвиняват, че получават незаконна финансова подкрепа под формата на кредити, субсидии чрез дозовори за военни и научни изследвания и данъчни облекчения. Нещата ескалират през 2004 година, когато САЩ изненадващо прекратяват споразумение с ЕС в областта на гражданската авиация от 1992 година с мотива, че съюзът отпуска незаконни държавни помощи за „Еърбъс“. По-късно САЩ завеж-



дат и дело по случая, а ЕС отговаря с аналогично, визиращо незаконни субсидии за „Боинг“. В крайна сметка Световната търговска организация (СТО) наскоро потвърди, че американският самолетостроител е този, който е получил милиарди незаконни държавни субсидии в нарушение на правилата.

Когато става въпрос за много пари, а в авиацията не само самолетите, а и цифрите около тях достигат небесата, битките често са нечисти и безпринципни. Лоялност обаче има по отношение на сигурността. Въпреки че и двата производителя имат добри показатели на най-новите си продукти, са склонни да избегнат сравнения в тази област, когато се промотират на клиенти. 🍷





**Макар някои експерти да отдават грешките на езика на несъвършенства в системата на речта, повечето са категорични, че са продукт на подсъзнанието**

# СЛУШАМ И НЕ ВЯРВАМ НА ОЧИТЕ СИ!

БЛАГОВЕСТА КИРИЛОВА

Човек изговаря от 2 до 6 гуми в секунда, което, без съмнение, предоставя широко поле за появата на лапсуси. Те са неизбежни и абсолютно никога не е имунизиран срещу тях. Изчислено е, че на всеки 1000 гуми правим по 1-2 грешки, а на ден – между 7 и 22. Казано с груби гуми, при продължително говорене, като произнасяне на реч или четене на лекция например, те се появяват през около 7 минути.

Прочутият австрийски невролог и психоаналитик Зигмунд Фройд е първият, който се заема да изследва в детайли същността на лапсусите и причините за появата им. През 1901 г. в книгата си „Психопатологията на всекидневния живот“ той описва и анализира различни видове грешки на езика, подкрепяйки ги с примери. Изводът му е, че те разкриват подсъзнателни мисли, вярвания, желания, и мотиви.

„Почти неизменно откривам смущаващо въздействие на външни фактори върху планираната реч – пише Фройд. – Обезпокоителният елемент е подсъзнателна мисъл, която излиза на светло чрез неволна грешка на езика.“

Въпреки че през последните 110 години много психолози са се опитвали да оборят твърдението на Фройд, то продължава да е широко разпространено. Противници обаче не му липсват. И според известната нюйоркски психоложка Арлийн Ричардс това е напълно обяснимо.

„Много хора отказват да се съгласят с идеите на Фройд, защото те ги карат да се чувстват уязвими – казва тя. – Изключително трудно е да приемеш, че си безпомощен срещу подсъзнанието си, че нямаш контрол върху това какво мислиш, казваш и сънуваш. Другият болезнен момент, свързан с теорията на Фройд, е осъзнаването, че никога не е уникален.“

Лапсусите на политици, тв водещи и популярни личности редовно дават повод за шеги и разнообразни тълкувания, а клипчетата с тях стават хит в сайтовете за видеосподеляне като YouTube и българския VBOX7. Бившите американски президенти Роналд Рейгън и Джордж Буш-младши са абсолютни шампиони по грешки на езика, но държавният секретар в кабинета на втория – Кондолиза Райс, също има една паметна проява в тази посока. Веднъж по време на реч тя нарече държавния глава „моя съпруг“, което доведе до безброй спекулации за скритата емоционална значимост на тази неволна грешка.

Не по-малко смущаващ, но госта по-смехотворен беше лапсусът, който през есента на 2010 г. направи бившият министър на правосъдието на Франция – Рашида Дати. По време на дебат в икономическо предаване, излъчвано в национален ефир, тя заяви следното: „Виждам, че някои чуждестранни инвестиционни фондове се надяват на възвръщаемост от 20-25% в момент, когато фелациото е близо до нулата.“ А после се извини и през смях обясни, че е искала да каже „инфлацията“, но от бързане се е объркала.

Ако Фройд беше жив днес, щеше да си има доста работа с г-жа Дати. Както и с немалкото политици и говорители, изrekli през последните години „Обама“ вместо „Осама“ или обратното.

Ако се върва на противниците на фройдистката теория обаче, на грешките на езика изобщо не трябва да се отдава толкова голямо значение, защото те разкриват единствено колко голям е капацитетът ни да използваме езика и неговите компоненти. Според Гари Дел, професор по лингвистика и психология в Илинойския университет, гумите и звуците са свързани помежду си на 3 нива в мозъка – семантично, лексикално и



фонологично, и

## речта е прогукт на взаимодействието между тях

От време на време обаче тези мрежи се оплитат и резултатът е грешка на езика.

„Това дори е нещо хубаво – твърди професор Дел. – Езиково-производителна система, която е предразположена към грешки, е категорично доказателство за лингвистична гъвкавост, а оттам и за огромната сърчност на човешкия ум.”

Дел обяснява, че често се случва възловите точки на звук, които се появява по-късно в изречението, да бъдат активирани преждевременно и той да измести верния. Резултатът е т.нар. предварителен лапсус. Състезанието между възлите във фонетичната мрежа е много оспорвано, особено ако са с близко звучене, и те могат да се смесят или да разменят реда си. Именно така възниква абсурдното бъркане на имената Обама и Осама.

„Огромна част от грешките на езика не са нищо повече от неправилно активиране на пресечни точки в мрежата на речта – казва професорът. – Като всяка друга система и тази не е свършена. Но все пак трябва да признаем, че макар повечето грешки да нямат никакъв скрит смисъл, има такива, които звучат подозрително и разпалват изкушението да ги тълкуваме. Мисъл или гума, която е занимавала дълго време съзнанието ни, е много вероятно да нахлуе неволно в речта. Ако обядвате с колега, който носи масивен скъп часовник например, няма да е никак странно вместо вилица да поискате от сервитьора часовник. Но такъв тип грешки не са израз на подсъзнателни желания, а просто на нещо, което е приковало вниманието ви в някакъв момент.”

Даниъл Уагнър, професор по психология в университета „Харвард”, не е съгласен с това твърдение и смята, че подсъзнанието играе най-голяма роля за появата на лапсуси.

За да го докаже, той провежда експеримент с участието на десетки доброволци, на които казва да не мислят за полярна мечка, а след това ги моли да споделят какво се върти в главата им в конкретния момент. В потока от думи, който следва, мечката показва неканената си глава средно веднъж на минута.

„Колкото повече си забраняваме да не мислим за нещо, толкова по-трудно ще го избием от ума си – обяснява

Уагнър. – Част от подсъзнанието винаги е заето с възможно най-лошия сценарий, защото се опитва да ни предпази от него. В крайна сметка не може да предотврати нещо, ако някаква част от мозъка ни не си го е представила и не е проверила дали не се случва в действителност. Проблемът е, че усилията на съзнанието да потисне дадена мисъл са в правопрпорционална зависимост с желанието на подсъзнанието да провери дали тя присъства. И когато то успее да надделее, изричаме точно това, което сме се опитали да скрием на всяка цена.”

На същото мнение е и Майкъл Мотли, професор по психология в Калифорнийския университет. Посветил голяма част от кариерата си на изучаването на грешките на езика в лабораторни условия, той е категоричен, че те са изключително трудни за анализирани, защото възникват спонтанно. Но Мотли все пак намира начин да ги изследва. При един от експериментите си той разделя участниците – млади хетеросексуални мъже, на 2 групи. Едната от тях посреща лично, а другата остава в компанията на млада жена, която представя като своя асистентка. Тя е облечена провокативно – полупрозрачна блуза и супер къса жълта пола, и седи така, че коленете ѝ да са на нивото на очите на мъжете.

Участниците в двете групи са помолени да четат наум двоику гуми, нарочно комбинирани по начин, който

## провокира т.нар. предварителни лапсуси

а при сигнал със звънец трябва да изговорят високо тези, до които са стигнали. Резултатът е повече от интересен – почти всички грешки на езика, направени от мъжете в стаята с красавицата, са със сексуално значение. При групата на професора са съвсем очаквани и обясними.

След известно време Мотли повтаря експеримента, като този път използва скала за измерване на

сексуалното напрежение. Установява, че колкото по-голямо е то при някой участник, толкова повече лапсуси с еротичен характер прави той. Когато предизвикателно облечената девойка е заменена със заплаха от електрошок, те стават с електрическа насоченост.

„Грешките на езика са много тясно свързани с това, което отвлича вниманието – обобщава професор Уагнър. – Менталният товар, независимо дали е напрежение, страх, копнеж или друга емоция, окупира съзнанието и така подсъзнанието получава свободата да вербализира някоя неуместна или забранена мисъл. Разбира се, грешките на езика се появяват и при нестресови ситуации, но много по-рядко.”

Според психолозите единственият сигурен начин за намаляване на общото количество на лапсусите е бавното говорене. От друга страна обаче, то увеличава шанса от появата на предварителни грешки на езика, тъй като предоставя на мозъка достатъчно време да осмисли изречението.

„Голяма част от лапсусите не разкриват поверителна лична информация – успокоява обаче професор Мотли. – Освен това изключително рядко привличат вниманието и биват запомняни от тези, които са ги чули. Именно затова няма никакъв смисъл да се опитваме да ги избягваме и да се притесняваме от тях.”





# Д Н Е В Н И Ц И Т Е



Елизабет (в средата) заедно с майка си, по-малката си сестра Маргарет и баща си крал Джордж VI след церемонията по коронясването му през май 1937 г.



Кралското семейство през лятото на 1982 г., малко след раждането на принц Уилям



Официалният портрет от коронясването

## БЛАГОВЕСТА КИРИЛОВА

Денят, който отбеляза 60-годишнината от качването на трона на британската кралица, беше 6 февруари, но разнообразните събития и празненства по случая са в разгара си във всички държави под нейно господство и ще продължат чак до края на лятото. В цялата история на монархията досега единствено кралица Виктория е имала диамантен юбилей – през 1897 г. За да подобри рекорда ѝ на най-дълго управлявал британски владетел, Елизабет ще трябва да остане на трона поне до 10 септември 2015 г., когато ще е почти 90-годишна. През 6-те десетилетия на царуването ѝ за нея е изписано и изговорено толкова много, че е почти невъзможно да се намери нещо изненадващо. Ето все пак 60 интересни факта за Елизабет, голяма част от които са известни само на хората, за които нейната биография е тясна специалност.



Страстна любителка на конете, на 86-годишна възраст кралицата продължава да язди

# НА КРАЛИЦАТА



## 60 малко известни и много любопитни факти за Елизабет II по повод нейния диамантен юбилей на трона



Кралицата и принц Филип на сватбата си през ноември 1947 г. и днес

**1.** Появява се на бял свят на 21 април 1926 г. след цезарово сечение, но рожденият ѝ ден се празнува официално през юни, защото това е месецът, в който през 1953 г. се състои коронацията ѝ.

**2.** Струва на британските данъкоплатци около 44 млн. евро годишно.

**3.** Когато през декември 1936 г. баща ѝ Джордж VI неочаквано става крал след доброволното оттегляне на брат му Едуард VIII от престола, сестра ѝ Маргарет, тогава 6-годишна, ѝ казва следното: „Това означава, че един ден ще бъдеш кралица. Горката!“

**4.** По време на закуската ѝ на масата задължително се сервират овесена каша, корнфлейкс, кисело мляко и два вида мармалад – светъл и тъмен.

**5.** Влюбва се в бъдещия си съпруг принц Филип – неин далечен братовчед, едва на 13 години. Когато няколко месеца по-късно една от бабачките ѝ я съветва да не тържи снимката му в стаята си, защото ще плъзнат клокуи, Елизабет я заменя с друга, на която той е с брада, и заявява следното: „Хайде сега да видим дали някой ще познае кой е това!“

**6.** Патрон е на над 600 благотворителни каузи и организации.

**7.** Тя е единственият монарх в историята, станал свидетел на разводите на 3 от децата си.

**8.** Всички неми лебеди, китове, делфини и есетри, плувачи във водите около и във Великобритания, официално са нейна собственост.

**9.** Изпраща първия си имейл през 1976 г. от военна база.

**10.** От записа на концерта, организиран по повод златния ѝ юбилей през 2002 г., по време на който се чува и нейният глас, са продадени над 100 хиляди бройки само през първата седмица след пускането му на пазара.

Това я прави първия член на кралското семейство, който може да се похвали със златен диск.

**11.** Количеството, времето и видът на алкохола, който пие, никога не се променят – чаша бяло вино с резенче лимон и много лег преди обяга, още една по време на обяга и сухо маршени и чаша шампанско вечер.

**12.** По време на официално посещение в Австралия през 1954 г. двамата с принц Филип се скарват толкова жестоко, че тя започва да мятат по него обувки и спортна екипировка. По-късно заявява следното пред хората от антуража си, станали свидетели на скандала: „Извинявам се за тази кратка комедия, но, както знаете, подобни неща се случват между всички съпрузи.“

**13.** През последните 60 години е била на 261 официални посещения в 116 държави.

**14.** Не притежава паспорт.

**15.** От качването си на трона всяка година е отправяла благопожелания за Коледа, излъчвани в национален ефир. Единственият път, когато това не се случва, е през 1969 г., тъй като решава, че заради показания малко по-рано документален филм за кралското семейство е била предостатъчно дълго време на малкия екран.

**16.** Къщата в централната част на Лондон, в която се ражда, сега е китайски ресторант.

**17.** Отговорила е на над 3 млн. писма и е изпратила повече от 175 хиляди поздравителни телеграми до британски столетници.

**18.** Рано сутринта на 9 юли 1982 г. някой си Майкъл Фейгън успява да проникне в спалнята ѝ в Бъкингамския дворец. Кралицата съумява да запази спокойствие и двамата разговарят в продължение на 10 минути, докато се появява помощ.

**19.** Позирала е за 129 портрета, първият от които е от 1933 г., а последният за момента – от 2005 г.

**20.** Най-големите ѝ страсти са конните състезания и развъждането на коне, следвани съвсем близо от развъждането на кучета. Онези, които са ѝ домашни любимци, ядат само органична храна и са лекувани с хомеопатични средства. Когато един от дворцовите служители е изловен да налива уиски във водата им, заплатата му е намалена значително и освен това е понижен в длъжност.

**21.** Тя е единственият човек във Великобритания, на когото е позволено да шофира автомобил без регистрационен номер и без шофьорска книжка.

**22.** От 1952 г. е връчила близо 405 хиляди отличия и награди.

**23.** През 1993 г. става първия британски монарх, който отваря вратите на Бъкингамския дворец за публични посещения срещу заплащане. Парите са ѝ необходими за възстановяването на замък „Уиндзор“, пострадали при пожар предишната година.

**24.** От качването ѝ на трона са се сменили 12 британски министър-председатели.

**25.** По време на Втората световна война получава квалификация за автомобилен техник и до средата на 80-те години сама извършва по-гребните поправки по колата си.

**26.** В дамската си чанта винаги носи снимки на близките си и различни талисмани, подарени ѝ от тях, а освен това я използват и като средство за невербална комуникация със служителите си. Ако я сложи върху масата, това означава, че иска срещата ѝ да приключи до 5 минути. Когато я пусне на пода, дава знак, че има желание да остане още малко.

**27.** Тя е първият британски монарх, отпразнувал диамантена сватба.

**28.** Броят на гостите, които посещават обедите, вечерите, приемите и граздинските партита в Бъкингамския дворец, на които тя е домакин, е средно около 50 хиляди на година.

**29.** От четирите ѝ деца любимец ѝ е най-малкият ѝ син – принц Едуард. Той е единственият от тях, който не получава като сватбен подарък титлата херцог, защото планът е да наследи баща си като херцог на Единбург.

**30.** Има 14 корони.

**31.** Запалена е по фотографията и обича да прави снимки на близките си.

**32.** Никога не носи със себе си пари в брой, но има сметка в банката Coutts, откъдето ѝ дават чекови книжки с щампа във формата на корона. В Бъкингамския дворец е инсталиран и банкомат.

**33.** Лично тя решава кои членове на семейството ѝ бъдат до нея по време на прословутите ѝ появявания на балкона на Бъкингамския дворец, както и къде точно ще стоят и колко дълго.

**34.** Обича да слуша мелодии, изпълнявани на гайда, особено когато закусва.

**35.** Макар никога да не е разкривала публично коя е любимата ѝ храна, от дворцовите кухни на няколко пъти са подшушвали, че това е съомгата, а също и наденичките.

**36.** Има 9 трона – два в Уестминстърското абатство, един в сградата на Британския парламент и шест в Бъкингамския дворец.

**37.** Когато през 1957 г. с принц Филип се събират в Португалия след 4-месечна принудителна раздяла заради нейните кралски задължения, той носи вратовръзка на сърчица.

**38.** Има iPod, на който често слуша музика.

**39.** Използва бижутата, за да отправя тайни послания, и по-наблюдателните могат да си правят съвсем точни изводи какво иска да покаже чрез тях. За привързаността ѝ към съпругата на принц Уилям – Катрин Мидълтън, например може да се съди по тиарата с диаманти, която миналата година ѝ зае за сватбата ѝ. Разкошното бижу е с изключително голяма сантиментална стойност за Елизабет, тъй като е купено от баща ѝ за майка ѝ, а след това подарено на самата нея за 18-ия ѝ рожден ден.

**40.** Прическата ѝ не се е променяла от 50 години.

**41.** Никога не е плакала на публично място, но на церемонията по официалното изваждане от употреба на кралската яхта Britannia през 1997 г. е забелязана тайно да попива очите си с кърпичка.

**42.** Първите ѝ гуми към принцеса Даяна, след като вижда новородения принц Уилям, са следните: „Слава на Бога, че не е взел ушите на баща си.“

**43.** С принц Филип спят в отделни спални, които обаче са свързани с вътрешна врата.

**44.** Когато е разтревожена или притеснена, предприема дълги разходки с кучетата си, след това ги къпе, а после отново ги извежда.



Елизабет е плакала публично единствено при официалното изваждане от употреба на кралската яхта Britannia през 1997 г.



Безпрецедентна прегръдка с Мишел Обама през 2009 г.



Елизабет не крие привързаността си към съпругата на принц Уилям - Катрин Мидълтън

**45.** По нейно настояване на всяка Коледа членовете на семейството ѝ си разменят смешни подаръци. През 1981 г. хит са пърдящите възглавници.

**46.** Обожава да чете криминални романи. Любимите ѝ писатели в жанра са Агата Кристи, Дик Франсис и Пи Ди Джеймс.

**47.** Сред галените обръщения на принц Филип към нея са „зелчице“ и „наденичке“.

**48.** По време на официалната фотосесия по повод края на срещата на G20 в Лондон през септември 2009 г. реагира на гръмогласните поздравявания на Силвио Берлускони към Барак Обама по следния начин: „Какво става? Защо трябва да крещи така?“

**49.** Според принц Уилям съвременният комик, който я разсмива най-много, е Саша Барън Коен и по-специално превъплъщението му в необразования рапър и грубиянин Али Джи.

**50.** През 2009 г. прави нещо безпрецедентно – поставя ръката си на кръста на Мишел Обама, докато посреща американската президентска двойка в Бъкингамския дворец. Първата дама на САЩ връща жеста, а впоследствие говорител на двореца нарича случилото се „взаимен и спонтанен израз на привързаност и признание“.

**51.** Изключително трогната е от филма „Речта на краля“, в който Колин Фърт влиза в образа на баща ѝ по време на борбата му да преодолее заекването си непосредствено преди и след качването си на трона.

**52.** Запалена почитателка е на популярната видеоигра Nintendo Wii.

**53.** По време на пътуването ѝ кралския влак машинистът трябва да изчислява скоростта така, че да не минава по неравен път, докато тя взема вана в 7.30 сутринта.

**54.** Макар да не е голям фен на футбола, симпатизира на английския отбор „Арсенал“.

**55.** В края на 2006 г. се появява с превързана ръка, което поражда безпокойство сред поданиците ѝ, че има проблеми със здравето. Впоследствие се оказва, че докато се е опитвала да прекъсне бой между две от кучетата си, едното я е ухапало.

**56.** Колекцията ѝ от произведения на изобразителното изкуство включва над 150 хиляди картини.

**57.** До момента на големия екран в нейния образ са се превъплъщавали 14 актриси, а на малкия – 26.

**58.** Състоянието ѝ се изчислява на над 360 млн. евро.

**59.** На 27 юли ще открие Олимпиадата в Лондон.

**60.** Погребението ѝ е планирано идея е траурният цвят да е пурпурният, както е било при кралица Виктория, но впоследствие е решено да бъде черният, тъй като това ще е свързано с по-малко разходи за повечето хора. Към траурните си рокли жените от кралската фамилия ще трябва да носят бели бижута с перли или диаманти.



**Флавио Бриаторе прави пари от всичко, до което се докосне. И макар да е по-известен с любовните си завоевания и данъчни и корупционни скандали, той е човекът, променил завинаги Формула 1**



# Златното момче на Апенините

*Аромат на слава, скандали, секс и сделки за милиони. Това усеща всеки, имал късмета да се докосне до най-известния италиански плейбой Флавио Бриаторе (Flavio Briatore). За някои досега до него се превръща в щастие, за други е по-скоро проклятие. Но и едните, и другите знаят едно – пътят към успеха е труден и не е за всеки. Дори за човек като Флавио Бриаторе, който спокойно може да се похвали с повече от една усмивка от съдбата.*

АНТОН АНДОНОВ

Той определя себе си като self-made man. Притежава верига от хотели и ресторанти с марката Billionaire, развива успешно мъжка модна линия със същото име, инвестира еднакво добре в недвижими имоти в Ню Йорк и казина в Кения. Собственик на фармацевтичната компания Piaget, бивш № 1 във Формула 1 и директор на два от най-успешните отбора в състезанието за всички времена – Benetton и Renault, с които печели 7 титли, Флавио Бриаторе знае как да направи златно всичко, до което се

докосне. В компанията му винаги има място за красиви жени, с които обича да прекарва луксозни ваканции на екзотични дестинации с всички останали екстри. През неговото легло са минали модели от ранга на Наоми Кембъл, Хайди Клум и Елизабета Грегорачи. Бизнес начинанията му комай нямат край, след като милионерът реши да прави дискотеки Billionaire в Сардиния, Маями и Лас Вегас, а преди това купи английския футболен клуб Queens Park Rangers и бе негов президент.

Умелият играч се усмихва щегоро на късмета си, но и работи зграво, за да го предизвика. Роденият в





С тима на Рено във Формула 1 през 2009 година

семејство на начални учители на 12 април 1950 г. Флавио от малък разбира, че за да успее, трябва да плати солидна цена на живота. Ученето не се оказва най-голямата му сила и след като два пъти напуска държавното училище, най-после успява да се дипломира като геодезист от висшето Fassino di Busca. Овентът обаче не се притеснява да работи здраво като ски инструктор и дори и да продава застрахователни полици. Пробва се и като ресторантьор – заведението е наречено с прякора на Бриаторе - Tribula, но бързо фалира. След това идва ред на застраховките, които продава за компанията на Атилио Дуто Paramatti Vernici, но спечеленото не го задоволява. След като на 21 март 1979 г. колата на Дуто е взривена, Бриаторе зарязва полиците и замива за Милано.

Късметът го спхожда, когато обикновеният брокер на борсата в Милано се запознава с Лучано Бенетон. По-късно това запознанство прераства в приятелство, което не прекъсва дори когато Бенетон го уволнява от поста директор на клуба Venetton във Формула 1 през 1997 г. Преди това обаче Флавио успява да открие 800 магазина с марката Venetton в САЩ, след като получава доверието на моделиера да го представлява отвъд Океана в началото на експанзията на италианската марка в Америка през 1979

г. И натрупва солидно състояние от сделките с франчайз. Всъщност Флавио Бриаторе се оказва на Вирджинските острови и близо до САЩ, бягайки от италианското правосъдие. През 70-те години на миналия век той е признат за виновен в организирането на хазарт с подправени карти в Италия и осъден на 4 години и 6 месеца затвор. Съгбата му помага да излезне точно навреме от ползренето на карабинерите, които го търсят, за да го приберат на топло. По-късно присъдата е отменена и Бриаторе може отново да се върне в родината си и родното селце Верзуоло при родителите си.

Но само за кратко, защото през 1990 г. Флавио поема втора поръчка от Лучано Бенетон – да ръководи отбора Venetton във Формула 1. Любовната искра към болидите пламва през 1988 г., когато е личен гост на Лучано Бенетон на състезание от F1 в австралийския град Аделаида. На следващата година той вече е търговски директор за F1 на Venetton, а удара в десетката прави през 1991 г. с наемането на пилота Михаел Шумахер. Благодарение на Шуми Venetton печели 2 поредни световни титли през 1994 и 1995 г. В стартовете на Формула 1. Въпреки успехите Лучано Бенетон решава да се раздели с Бриаторе през 1997 г., но това не е краят му за високите скорости.

Само година трябва на Флавио

Бриаторе, за да създаде известната Supertec Sport, която започва да гостява двигатели V10 за болидите на Venetton и групи три отбора. Две години след това – в началото на новото столетие, през 2000 г., Renault решава да се върне във Формула 1 и предлага на Бриаторе да води отбора. Той е назначен за изпълнителен директор на Renault Sport UK.

Освен мириса на бензин милионерът обича и футбола. Или по-скоро мириса на парите във футбола. В периода между 2007 и 2010 година той е един от собствениците на лондонския Queens Park Rangers F.C., но през септември 2011 г. се оттегля от клуба, продавайки собствеността си. Сърцето му остава завинаги в италианския „Ювентус“ (Juventus F.C.), чиито заклет фен е и до днес.

Славната му кариера на мениджър е спряна през 2009 г. Тогава гръмва най-бурният скандал във F1. На 16 септември Бриаторе е принуден да се оттегли от шефския пост в Renault, след като разследване доказва, че година по-рано по време на състезанието за Grand Prix в Сингапур той нарежда на втория пилот от тима – Нелсън Пикет, да катастрофира умишлено, за да осигури предимство на първия пилот на отбора – Фернандо Алонсо, който печели състезанието. Реакцията на Международната ав-



помобилна федерация е светкавична и Флавио Бриаторе е лишен от правото да се занимава с отбори и състезатели до 2013 година.

Решението е тежко за Овена, който насочва енергията си в друга посока. Открива свой офис в Лондон, който се отличава с невероятно изчистен интериор. В него всички мебели са само в два цвята - бял и черен. Нюанси тук няма, а единственото изключение са инициалите Ф.Б., избродирани върху фотьойла. Оттук той ръководи поредния си проект – Billionaire Couture.

Въпреки че офиса по-скоро прилича на място, където се събират брокери на недвижими имоти, заради разпилените навсякъде скици и карти, това всъщност е мястото, където се създава нова линия мъжка мода. „Вложих в този проект 12 милиона евро и искрено се надявам да успея“, ще признае Бриаторе. Той няма да пропусне да спомене и рецептата си за успех – гостатъчни цени, безупречно качество и концентрация върху нуждите на пазара.

В същата сграда в Лондон се намира оперативното управление на целия бизнес на милионера. Всички директори на фирмите на Бриаторе, пръснати в Европа, Кения и Кайманските острови, изпращат отчетите си тук, но истинското седалище на империята му се намира в Швейцария.

От Женева с прецизността на швейцарски часовник се вземат стратегическите решения за всичко. Бриаторе държи една четвърт от Ocean Resort и Club Residence в Маями, неговата собственост са Billionaire Resort на прочутия италиански плаж Twiga Beach Club и Lion in the Sun в кенийския град Малинди, където е най-новият Billionaire Club за 2500 души.

Инвестициите на Флавио Бриаторе в недвижими имоти обаче не са неговата слабост. Когато поема отбора на Venetton, признава, че „моторите изобщо не го привличат“, но постепенно се превръщат в нещо, без което не може. Защото усетът му долавя безпогрешно парите, които летят заедно с бензиновите пари на пистата.

Той е човекът, който прави от

F1 атрактивно състезание за милиони. Бриаторе вкарва Формулата в телевизията, вдига парите за правата за излъчване, увеличава рекламите и отваря напреварата за спонсори. От което печели много пари, разбира се. „Ние не продаваме технологии, а шоу на спонсорите и на телевизията“, твърди бившият шеф на F1.

Шоу и лукс са двете гуми, които най-много подхождат на личния живот на 62-годишния милиардер. Той има вкус за жените, които никога не може да отрече. Световни красавици са били в обкръжението на Флавио Бриаторе. През леглото му са минали Наоми Кембъл, Агрина Волпе и Хайди Клум, която му ражда дъщеря през 2004 г. Бриаторе обаче не се жени за Хайди и дори не дава името си на малката Хелън (Helene), известна повече като Лени. Затова пък сърцето му печели 33-годишният италиански супермодел на сутините Wonderbra Елизабета Грегорачи. Двамата се запознават през ноември 2005 г., а на 14 юни 2008-а се женят в Рим. Шофьор на колата, в която пътуват младоженците, е не кой да е, а асът от F1 Фернандо Алонсо. Той кара влюбените съпрузи до Castello di Torcrescenza в Рим, където се състоя сватбеното тържество.

Моделката на гамско бельо се оказва жената, която носи специално изработената за нея халка от DeGrisogono, с която Бриаторе иска да прекара дните си и която му роди син през 2010 г. Фалко Натан може да бъде спокоен за бъдещето си с баща, заклет романтик, който предложил брак на майка му в средата на метеоритен дъжд на борда на своята яхта Force blue. Впрочем италианската полиция конфискува луксозното 62-метрово морско чудовище по подозрение в контрабанда и укриване на данъци за около 5 милиона евро. Но скоро след това луксозната Force blue, на чиито борд има джакузи, сауна и всевъзможни удобства за 12 пасажери и струва 65 милиона паунда, бе върната на собственика си, който се оказва компания от Кайманските острови. 🍷



Бизнесменът на яхтата си, който за кратко му бе отнета от властите



Жената, която засега най-дълго е задържала сърцето на италианския мачо - настоящата съпруга Елизабета Грегорачи

Марио Гаврилов:

# У нас кризата е по-скоро виртуална

**Българинът винаги е разполагал с малко пари, но от сивата икономика, затова не страда, смята телевизионният водещ**

*Емисията „Икономически новини“, която се излъчва от 22,30 часа по БНТ1 от понеделник до четвъртък, стартира на 6 декември 2010 година. Водещ е Марио Гаврилов. Журналистът от БНТ е автор на много документални филми, а през 2011 г. беше отличен и с наградата „Златна мартеница“ за приноса му в популяризирането на проблемите и успехите на българските производители и марката "Изберете българското".*

АНИ РОМАНОВА

**- Г-н Гаврилов, как подбирате темите и гостите си всеки ден?**

- Темата се решава ден за ден. Винаги се водим от това колко хора засяга, по принцип гледаме да избягваме строго профилираните икономически теми, защото целта ни е да достигнем до обикновените хора, до повече български домове. И това е един от най-трудните моменти за мен – например, ако дойде един професор по икономика като гост в студиото, половин час преди ефира го „обучавам“ какви термини не бива да използва, защото не се намира пред икономически подготвена аудитория и че трябва да говори по един изключително елементарен начин, което за университетски преподавател никак не е лесно!

**- Кои според вас са най-актуалните икономически теми?**

- В момента доходите и цените на храните са най-парливатата тема за обществото. Обикновено зимно време се сещат за енергийните цени - парното и тока, а пролетно време – за храните и за доходите.

**- А земеделието?**

- Мисля, че земеделието интересува един по-тесен кръг от хора. Там се създаде една каста, превърнала се в много богата. Но тези хора реално не се занимават със земеделие – те са повече мениджъри и управляват пари. Между другото подобно нещо се получи и в съседна Гърция. Там „земеделците“ водят един доста добър живот на рентниери на гърба на европейските пари, а дори не знаят къде са земите им.

**- Какво смятате за кризата – ще се задълбочава ли, или скоро ще излезем от нея?**

- Първо, не знам в България да има



ФОТО КРАСИМИР СВРАКОВ

криза. Пътувам много в провинцията и не виждам да има жизнен спад у хората. Пог криза разбирам в рамките на един къс период хиляди да останат без работа, да няма къде да живеят... В България кризата е по-скоро виртуална, тя е плод на абсолютното трансформиране на това, което се случва в Западна Европа и в Щатите. И понеже в Европейския съюз страдат, и ние страдаме. Ние по принцип перманентно си страдаме и сме свикнали с ниските доходи. Драматично е, примерно, в Германия, където ако имаш доход три хиляди евро, започнеш да получаващ две. Това е криза. А българинът е изначално беден...

Освен това според собствените ми наблюдения 50% от доходите в България са в сивия сектор. Затова със или без криза, процесът не може да засегне тези хора. И не че има някакви масови съкращения, просто хората се страхуват дали утре ще имат работа. В този смисъл ние сме малко като папагали – в Европа има криза, и ние също викаме, че има криза.

**- Какъв е изходът от сивата икономика?**

- България се нуждае от едно цялост-

но преобръщане на правната система. Като започнем от съд, прокуратура, данъчни – целият този кръг е просмукан от корупция. И ако се влезем в някои от знаковите дела за данъчни измами, виждаме някой, който е откраднал, да речем, един милион лева, но последици за него няма. Е, защо да развивам бизнес тогава, защо да треперя години наред над него и кой знае какво ще стане накрая, та по-добре да ги открадна! Това е изначалното опорочаване на бизнес схемите на България. Така че трябва да се случи промяната, както това се случи в Румъния – там смениха цели полицейски служби и части от правораздавателната система. И докато това не се случи в България, докато не се променят правилата на играта, не виждам изход. Защото несигурността и чувството на ненаказаност спъват икономиката, а част от бизнесмените се насочват към такива порочни модели, които няма да срещнете в нито един учебник по икономика. И това е уникалността на ситуацията у нас...

**- Най-интересните предавания?**

- По Великден всички медии акцентират върху агнешкото, яйцата, щастливите кокошки и козунаците. А ние на Велики четвъртък поканихме за гост в студиото поета Румен Леонидов. За да говорим за духовните измерения на празника, а не за порочния стереотип – да седнеш на масата, да се наядеш като прасе, след това три дни да ти е лошо и да кажеш накрая – ето, това беше моят празник. И се получи едно изключително интересно предаване, с госта провокативни идеи.

**- Най-големият гаф?**

- Има, разбира се, такива предавания, което за нас е много неприятно, но за зрителите пък – интересно. Нееднократно съм попадал в „Господари на ефира“.

Спомням си предаването за мартениците тази година. Поканихме една занаятчица, която прави мартеници. Жената влиза за първи път в тв студио и въпреки предварителните напътствия след приключване на разговора да изчака, докато ѝ дадат знак, от притеснение тя изпадна в емоционален ступор и застана право между мен и камерата. А излъчването е на живо! Но най-зашеметяващ за мен е случаят, когато наскоро водих телефонно интервю с премиера Борисов по телефона. И поради технически проблем не чувах какво говори!



# Джулия Робъртс

БЛАГОВЕСТА КИРИЛОВА

В най-новия си филм „Огледалце, огледалце“ – модерна и забавна интерпретация на приказката за Снежанка, Джулия Робъртс влиза в образа на Злата кралица. Героинята ѝ се терзае от мисълта, че остарява, не е сигурна дали все още я харесват и прибягва до всевъзможни крайни мерки, за да съхрани красотата си – от уживания на пчели, през цярове със змийска отрова, до маски с птичи изпращания.

Да играе лошата е огромна рядкост за Джулия, която открай време е известна с прозвището Любимката на Америка. Затова и мнозина кинокритици веднага заподозряха, че ролята в „Огледалце, огледалце“ е нейният начин да демонстрира отношението си към обсебения от младостта и красотата Холивуд. На 44 тя е съвсем близо до момента, в който повечето актриси са принудени да се сбогуват със значимите роли и да се примирят, както казва Мерил Стрийп, с тези на „нечия майка или съпруга, на изкуфяла жена или на вещица“.

„Щастлива съм да обявя, че Злата кралица не живее в мен – казва обаче Джулия. – Без да споменавам имена, признавам, че почерпих вдъхновение за ролята от няколко жени, които познавам по-добре, отколкото ми се иска. Никога не съм била състезателно настроена, защото мисля, че има място за всеки. Завистта и агресията към по-младите колеги са ми абсолютно чужди. Това просто не е в природата ми. Вярвам, че всяка роля, в която се превъплъщаваме, е част от актьорската ни съдба.“

Участието на Джулия в „Огледалце, огледалце“ наистина може да се приеме като съдбовно, като се има предвид,

## МЕЖДУ ХУБАВАТА ЖЕНА И ЗЛАТА МАЩЕХА

Най-скъпо платената актриса в киноисторията, която преди време слезе доброволно от холивудския си трон, вече гледа на ролите си като на любимо хоби и се възприема преди всичко като майка и съпруга



## Споделено



Джулия и операторът Дани Моудър са женени от близо 10 години

- ✓ Аз съм обикновен човек с необикновена професия.
- ✓ Никога не бих участвала в големи сцени. Когато се снимам облечена, това е игрален филм, но ако се съблека, става документален. А и не искам преподавателят ми по алгебра от училище да знае как изглежда задникът ми.
- ✓ Много рядко се яросвам. Опитвам се да възприемам нещата откъм позитивната и забавната им страна.
- ✓ Като дете бях влюбена в Ейбрахам Линкълн.
- ✓ Лицето на всеки човек разказва история. И това не трябва да бъде история, свързана с посещението му при пластичния хирург.
- ✓ Червеният килим ме ужасява.
- ✓ Много ми е смешно, когато чуя някой да казва: „Мисля, че Джулия не ме харесва.“ Сладурче, ако не те харесвам, със сигурност ще го разбереш.
- ✓ Аз съм висока и умна.
- ✓ Искам да работя с Джони Деп. Познавам го отдавна и го смятам за изключително интересен. Мисля, че ще бъдем доста забавен тандем. Но трябва да играем брат и сестра или най-добри приятели. Другото няма да е удачно.
- ✓ 97% от външния ми вид са резултат на добри гени и само 3% - на това, че от време на време ставам и си размърдвам задните части. Защото никога през живота си не съм срещала сладкиш, който да не ми харесва.
- ✓ Когато чуя, че съпругът ми се прибира, винаги се поглеждам в огледалото и си пощипвам бузите, за да изглеждам по-красива.
- ✓ Опасно е да правиш генерализации за сексизма в киноиндустрията. Трябва да говориш само от позицията на собствения си опит. А моят до момента е бил нелепо страхотен. Получават ли мъжете актьори повече пари от жените? Да. Получаваме ли всички твърде много пари? Да. Не мога да разбера от какво се предполага, че трябва да се оплаквам тогава.
- ✓ Не мисля, че някога ще снимаме продължение на „Хубава жена“. Никои не иска да гледа филм за гърта проститутка.

че филмът, който я прави

## световна звезда буквално за една нощ

е осъвременена версия на приказката за Пепеляшка. Годината е 1990 г., а въпросният филм, разбира се – „Хубава жена“. Романтичната комедия за любовната афера между проститутката Вивиан и бизнесмена Егуард, изигран от Ричард Гиър, бележи приходи от 464 млн. долара и донася на слабо известната дотогава Джулия номинация „Оскар“ за най-добра актриса. По онова време тя е само на 22 години – слабичко момиче с безкрайни крака и гигантска усмивка, в което Холивуд се влюбва лудо и безуслвно.

Точно десетилетие по-късно Джулия се превръща в най-скъпо платената актриса в киноисторията, след като получава хонорар от 20 млн. долара за ролята си в биографичната грама „Ерин Брокович“. Тя ѝ донася заветния „Оскар“ и става повод за безкрайна серия от прогнози, че тепърва ще показва на какво е способна пред камерата, макар във филмографията ѝ вече да блестят заглавия като „Версия Пеликан“, „Втората майка“, „Нотинг Хил“ и „Майкъл Колинс“.

Вместо това Джулия прави нещо шокиращо – слиза доброволно от трона на холивудска кралица, за да се посвети на брака и майчинството. През юли 2002 г. тя се омъжва за оператора Дани Моудър, от когото има 3 деца: 7-годишните близнаци Хейзъл и Финиъс и 5-годишния Хенри. Макар да притежава апартамент в Ню Йорк и ранчо в Ню Мексико, семейството прекарва по-голямата част от времето си в къщата си със слънчеви батерии в Малибу, където актрисата съвсем сама е спретнала зеленчукова градина.

Брачното щас-

С децата си

тие на Джулия запуши устатата на всички, които след сватбата ѝ с Моудър прогнозираха, че двамата няма да останат много заедно, предвид гългата ѝ и подробно документирана

## серия от провалени връзки

и краткотрайния ѝ първи брак с кьнтри певеца Лайл Ловет.

„У Дани открих всичко, което търсех – казва тя. – Да бъде с него е най-правилното решение, което съм вземала през живота си. Това дори не беше решение, а просто усещане, което ме погълна. Цялото ми същество крещеше: „Да! Той е!“ Дватамата сме свързани в неразривен съюз от любов, доверие, приятелство и подкрепа. Най-прекрасното нещо на света е да се олеждаш в очите на някого, който те обича истински. С Дани никога не сме се притеснявали да демонстрираме чувствата си пред децата. И мисля, че това е едно от най-големите ни постижения като родители. Децата ни виждат колко се обичаме и се научават как самите те да изразяват любовта си към нас и към другите. Чувствам се най-щастливата жена на планетата, наистина.“

Колкото и невероятното да звучи, Джулия и семейството ѝ твърде рядко са преследвани от папарацитите – нещо, за което тя е изключително благодарна, но и за предотвратяването на което твърди, че никога не е полагала специални усилия. Децата ѝ си нямат и идея, че е известна. Разказва, че





1. Актрисата ликува при получаването на наградата „Оскар“ за ролята си в „Ерин Брокович“ през 2001 г.
2. С Ричард Гиър в сцена от „Хубава жена“
3. С Джордж Клуни и Брад Пит по време на снимките на „Бандата на Оушън“ през 2001 г.
4. Като Злата кралица в новия си филм „Огледалце, огледалце“



неотдавна, докато се разхождала с тях по оживена улица в Малибу, някаква жена я разпознала и се провикнала: „Хей, това е Джулия Робъртс!“, след което настъпило голямо оживление. А малкият Хенри съвсем дружелюбно отвърнал: „Аха, мама е Джулия Робинсън.“

„Тя отдавна няма какво да доказва – гласи коментарът на прочутия режисьор Майк Никълс относно избора на актрисата да разреши значително появяванията си пред камерата. – Прави онова, което ѝ остава удоволствие. Приоритетът на Джулия е семейството ѝ. Тя обича филмите и ѝ харесва да се снима в тях. Но вече го прави само когато почувства, че трябва да го направи, когато има достатъчно време и най-важното – когато може да доведе семейството си със себе си.“

В професионално отношение напоследък Джулия се занимава

## преди всичко с продуцентска дейност

От всичките 8 проекта, с които е ангажирана в момента компанията ѝ, тя не участва в нито един.

„Никога не ми е харесвало да се снимам непрекъснато във филми – казва актрисата. – А през последното десетилетие го правя веднъж годишно. Актърството се превърна в любимото ми хоби. Професията ми сега е нещо като домашен артист на пълен работен ден.“

И двата филма, в които ще се снима Джулия през следващите 2 години, са екранизации на известни театрални постановки. Първата се казва „The Normal Heart“ и разказва за разпространението на

болестта СПИН през 80-те години, а втората – „August: Osage County“ и в нея Робъртс ще играе гъщеря на героинята на Мерил Стрип. Признава, че я боготвори, но и че мисълта за предстоящата им съвместна работа я кара да се чувства „все едно всеки момент ще повърне от притеснение.“

А на въпроса кой актьор би избрала за свой екранен принц, ако можеше да прави магии като злата мачеха на Снежанка, Джулия отговаря така: „Антъни Хопкинс. Това не е тайна за съпруга ми.“

Звучи изненадващо. Но тъй е напълно в неин стил. 🍷

## ФАКТИ

- ✓ Родена е на 28 октомври 1967 г. в Смирна, щата Джорджия, в актьорско семейство.
- ✓ Второто ѝ име е Фиона.
- ✓ Във вените ѝ тече английска, шотландска, ирландска, уелска, германска и шведска кръв.
- ✓ Като малка искала да стане ветеринарен лекар.
- ✓ Висока е 175 см.
- ✓ В гимназията е свирила на кларнет в училищна банда.
- ✓ Сестра ѝ Лиса и брат ѝ Ерик също са актьори.
- ✓ Служи си по-добре с лявата ръка.
- ✓ Била е сгодена за Кийфър Съдърланд и Дилън Макдермът и е имала връзка с Даниъл Дей-Луис, Лиъм Нийсън, Матю Пери, Итън Хоук, Джейсън Патрик и Бенджамин Брат. Бракът ѝ с кентри певеца Лайл Ловет прогълтава от юни 1993 г. до март 1995 г.
- ✓ Отлична ездачка е.
- ✓ Филмовите ѝ уголи са Катрин Хепбърн, Мерил Стрип и Анет

Бенинг.

- ✓ Джордж Клуни е кръстник на близнаците ѝ.
- ✓ Отказала е главната роля във филмите „Влюбеният Шекспир“, „Първичен инстинкт“, „Безсъници в Сиатъл“ и „Предложението“. Те отиват съответно при Гуинет Полтроу, Шарън Стоун, Мег Райън и Сандра Бълок.
- ✓ Обожава да плете.
- ✓ Когато през 2000 г. Джордж Клуни и Брад Пит разбират, че ще им партнира в „Бандата на Оушън“, ѝ изпращат картичка със следния текст: „Чухме, че вземаш по 20 на филм.“ Вътре била прикрепена 20-доларова банкнота.
- ✓ Почитателка е на боливугската актриса Айшвария Рай, която смята за най-красивата жена в света.
- ✓ Най-близките ѝ приятели са Дензъл Уошингтън, Брус Уилис и Сюзън Сарандън.
- ✓ Изповядва индуизма.
- ✓ Занимава се активно с благотворителност.

# СТИЛ



**Слънчевите очила, актуални през настоящия пролетно-летен сезон, се движат между класическата елегантност и подчертаната екстравагантност**

## БЛАГОВЕСТА КЕРЕЛОВА

„На церемонията по връчването на наградите „Оскар“ през 1975 г. седях до Фред Астер и двамата много се смяхме, защото залата беше страшно осветена и имахме чувството, че присъстващите всеки момент ще се разтопят – разказва преди няколко години киноветеранът Джек Никълсън в интервю. – В един момент обявиха категорията, в която беше номиниран Фред, но той не спечели. Тогава погледнах към него и видях, че си слага слънчевите очила. Без изобщо да се замислям, направих същото. Оттогава винаги нося очила на публични места. Те са част от имиджа ми. Когато ги нося, съм Джек Никълсън, а иначе съм просто дебел и 70-годишен.”

Като оставим настрана саморонията на актьора, твърдението

му изобщо не е преувеличено. Ако са правилно подбрани, слънчевите очила моментално трансформират в положителна посока външния вид на онзи, който ги носи, обогатявайки го със солидни дози шик и мистериозност. Неслучайно много знаменитости се крият зад тъмните стъкла почти 24 часа в денонощието – дори когато навън няма и намек за слънце или са на закрито.

Слънчевите очила много отдавна надскочиха чисто практичната си функция – да предпазват очите от ярките лъчи. От десетилетия те са възприемани като отражение на стила и модните познания, както и като безпогрешен показател за финансовото положение. И докато разнообразието от модели, предлагани на пазара, може буквално да замае главата, водещите дизайнери всеки сезон насочват предпочитанията си към няколко точно определени. Ето какви са актуалните в момента тенденции при слънчевите очила:

## Комешко око

Те станаха хит преди няколко сезона и противно на всякаква модна логика, успяват да запазят изключително стабилни позиции и през този. Обстоятелство, подпомогнато в немалка степен от космическата популярност на ретро сериалите „Момчетата от Медисън Авеню“ и „Пан Ам“. Изключително женствен и секси, този модел очила е актуален във всякакви цветове и размери. За любителките на класическата елегантност са предназначени изчистените варианти с рамки от висококачествени материали, а дамите с по-екстравагантен вкус могат да зложат на тези, украсени с полускъпоценни камъни или метални плочки.

## Кръгли

Макар модната им история да обхваща десетилетия и да е пълна с любопитни факти, тези очила могат





# ЗОД ТЪМНИТЕ СТЪКЛА

да бъдат описани само с няколко думи – класически и неподлежащ на времето шик. През настоящия сезон обаче те са една идея по-гръзки от обичайното, тъй като дизайнерите решиха, че е време да поразчупят малко строгата им елегантност. Това се случи най-вече по посока на рамките, които са в ярки цветове или с различни атрактивни принтове. Добре известно модно правило е, че кръглите очила отиват най-вече на дамите с продълговато лице, тъй като омекотяват чертите.

## С преливащи стъкла

Престоят им на върха на модните тенденции никога не е особено дълъг, но затова пък дизайнерите рядко ги оставят в забвение повече от няколко сезона. За това естествено си има основателна причина – освен че са изключително изискани и стилни, преливащите стъкла стоят добре върху всякакви модели рамки и са много практични, защото се комбинират перфектно с разнообразни моалети. Друго предимство на тези очила е, че съвсем спокойно могат да се носят на закрито, без да предизвикат насмешливи коментари, и са изключително подходящи за спорт и шофиране, защото предпазват очите от слънцето, но не затрудняват видимостта. По отношение на стъклата дизайнерите не наложиха никакви ограничения – актуални са както светлите, които изглеждат до почти пълна прозрачност, така и по-тъмните, преливащи в блед нюанс.



## Само за мъже



Точно както и при дамските, актуалните тенденции при мъжките слънчеви очила са подчинени на ретро излъчването, подправено с щипка съвременна елегантност. На първо място сред хитовите модели са авиаторските с ха-

рактерните си изчистени линии и тънки златисти рамки. Най-голямото предимство на този тип очила е фактът, че са подходящи за мъже с всякаква форма на лице, телосложение и стил на обличане, като придават увереност и сексапил.

Именно за онези, които са убедени в красотата си и искат да я подчертаят, са предназначени очилата с малки стъкла. Най-добрият избор са кръглите и правоъгълните, а отличителната им особеност е, че подчертават

чертите на лицето, вместо да ги скриват. Последното е запазена територия на очилата с много големи размери, които също са хит през този сезон и открай време са любими на знаменитостите. Моделите са разнообразни – кръгли, овални, правоъгълни и квадратни. Колкото до цветовете, най-добрият избор са черното, кафявото, бежовото, бялото и синьото. Преливащите стъкла също са позволени.

## Спортни

От отдавнашни фаворити на дамите, които се занимават активно със спорт, те се превърнаха в неразделна част от елегантния външен вид. Най-яркото доказателство за това е фактът, че при представянето на пролетно-лятната колекция на модна къща Chanel по време на Лондонската седмица на модата манекенките разходиха по подиума именно спортни очила. Характерните особености на този модел са изчистените рамки и правоъгълната форма на стъклата, което ги прави изключително подходящи за любителките на строгата елегантност. Разбира се, има вариант и за вънасяне на нотка ексцентричност и закачливост – посредством заменяне на черния цвят с по-гръзък.

## С необичайна форма

Сърцевидните и многоъгълните стъкла през този сезон са очевидният избор за последователките на модата, които гържат на нестандартния външен вид и обичат да привличат вниманието върху себе си. Рамките най-често са пластмасови и в ярки цветове, макар че има и по-малко предизвикателни варианти. При всички положения обаче този тип очила е подходящ единствено за неофициални събития.

## Разноцветни

Очилата, при които рамките и стъклата са в различни, най-често контрастни цветове, се превърнаха в абсолютен хит в колекциите на голяма част от модните дизайнери – отново като част от ретро вълната. Тенденцията е приложима върху почти всички актуални в момента модели, като на особено голяма популярност се радва комбинацията между черно и бяло. Другите хитови цветове са жълтото, оранжевото, синьото и червеното.

## Wayfarer на Ray-Ban



Когато през 1961 г. носещата въпросните очила Огри Хепбърн си хапва сладко закуска в „Тифани“ в едноименния филм, никои не предположа каква истерия ще настъпи по тях. Защото актрисата не е първата, която ги носи на екрана – преди нея го правят звезди от ранга на Мерилин Монро и Джеймс Дийн. Но заради репутацията на модна икона на Хепбърн очилата се сдобишат със стотици хиляди почитатели.

През 1983 г. хитовата комедия с участието на Том Круз „Рискован бизнес“ поражда нова вълна фенове на въпросния модел. След време от компанията Ray-Ban се хвалят, че само във въпросната година са продали 360 хиляди бройки от него.

Днес очилата се ползват с репутацията на най-купуваните в света и са еднакво популярни както сред знаменитостите, така и сред обикновените хора. Дизайнът им почти не се е променял през последните десетилетия и именно това е моделът, който носи Джек Никълсън.



## С ярки стъкла

Вече 4 десетилетия Елтън Джон не изневерява на навика си да носи такива очила – както на сцената, така и извън нея. С тази разлика, че в първия случай те са много по-екстравагантни и причудливи. Като запалена почитателка на очилата с ярки стъкла през последните години се проявява и латинодивата Дженифър Лопес.

## Малки и кръгли

Джон Ленън не е първият, който започва да носи такъв тип очила, но именно неговото име се превръща в техен синоним през 60-те години на миналия век. Легионите от фенове на музиканта без колебание последват примера му, а много известни личности продължават да го правят и днес. Най-ярките примери са Ози Озбърн, Лейди Гага, Мег Райън, Никол Кидман и Хауърд Стърн.



## Със свръхразмер



Благодарение на модната законодателка Жаклин Кенеди Онасис в края на 60-те години на миналия век очилата с огромни стъкла се превръщат в задължителен аксесоар на всяка уважаваща себе си звездна дама. Днес продължават да са любими на много такива, сред които Кейти Холмс, Чарлиз Терон и Ан Хатауей.

## Авиаторски

Още от момента на появата си през 20-те години на миналия век този модел винаги се е радвал на огромна популярност по една или друга причина. Започнал пътя си като незаменим аксесоар за военните пилоти, той скоро се превръща в истинска холивудска звезда, а през 60-те години навлиза уверено и трайно в редиците на простосмъртните.



Човекът, който прави авиаторските очила легендарни, е прочутият италиански актьор Марчело Мастрояни във филмовата класика на Фелини „Сладък живот“ през 1960 г.

8 години по-късно американският секс-символ Стив Маккуин дава своя принос за популярността им, като носи модел със сини стъкла в криминално-романтичната грама „Аферата Томас Краун“.

След известен спад в продажбите славата на авиаторските очила е възкресена през 1986 г. от героя на Том Круз в екшъна „Топ Гън“. Днес моделът продължава да е сред най-продаваните в света и е любим на десетки звезди, сред които Дженифър Анистън, Джонни ДеП, Брайан Пит, Пенелопе Крус, Дейвид Бекъм, Сара Джесика Паркър и много други.



ЛЮБОМИР МЛАДЕНОВ

АТАНАС МИХАЙЛОВ

РАЛИЦА ПАСКАЛЕВА

# КАНТОРА

*Митрани*

СТАРАТА  
ШКОЛА Е  
НОВАТА  
ШКОЛА



**СРЯДА И ПЕТЪК 20.00 TV7**

ПЪРВИЯТ БЪЛГАРСКИ АДВОКАТСКИ СЕРИАЛ

TV7.BG/KANTORA-MITRANI





Климатът тук според географите, е тропически. Средната месечна температура се движи около 26-30°C, а официалният език е кхмерският. Столицата на 13-милионна Камбожда е нейният най-голям град - Пном Пен. Тази непозната, гревна, интересна, магическа, привлекателна и трудно разбираема за нас българите страна, се намира на 8243 километра от София, а пътят до там преминава през Москва. С междинно кацане в руската столица полетът продължава общо 7 часа. Толкова е и часовата разлика със София. В Пном Пен живеят хора от различни етноси. 90 процента от населението са кхмери, а виети и китайци са поравно - 4,6%. Останалите са чами. Разнообразието продължава и при религиите - преобладават будистите - 92,5%, а християни, мюсюлмани, конфуцианци и даоисти са по около 1,9%.

# ЖАСМИН И ВОЙНА В ДЖУНГЛАТА

АНТОН АНДОНОВ

Ухане на жасмин посреща кацащите на летището в Пном Пен. Ако заедно с аромата отнякъде голитат звуците на ритмичната и пълна с екзотика традиционна музика кмер, няма грешка. Самолетът наистина се е приземил в Камбожда. Пристигането в тази част на света в действителност може да се окаже прекалено изненадващо. Въпреки старателно прикриваните рани от близкото минало на Виетнамската война хората пазят спомена за нея и не могат да превъзможнат страданията.

За туриста с фотоапарат и необременен с историята за режима

на червените кхмери и Пол Пот, Камбожда е земя на нежната красота, култура и топлина. Столицата изглежда спокоен град, разположен между опнатите си булеварди, осеяни с гървета.

Историята на Пном Пен започва от жената Пен. Според легендата тя намерила няколко будистки статуи в гърво, плуващо по река Меконг. Пном на кхмерски значи хълм, а на този хълм е вдигната красива ступа, в която са зазидани будистките статуи.

Градът изглежда скучен, но в същото време невероятно пъстър и забързан.

Тропеите в столицата на Камбожда са препълнени със стока,



## Камбоджа покорява със страховити спомени от близкото минало и неразгадани тайни на най-големия в света религиозен комплекс



Ангкор Ват е най-голямото в света религиозно светилище

Влакът в Камбоджа е един и се движи от Пном Пен към Сисофон само на нечетно число. На четно пътува в обратна посока, а билетите за чужденци са два пъти по-скъпи от нормалната цена.

Общото между всички пътуващи е усмивката, която не слеза от лицето нито на велосипедиста, нито на моториста или шофьора, които карат по прашните и неасфалтирани пътища на страната.

Но освен полуразрушени пътищата тук са и агски опасни. Никои не знае колко са останалите неизбухнали мини от Втората индокитайска война. Страната още се бори с кошмара от гражданската война, терора на Пол Пот, наличието на вьетнамската армия и спомена за загиналите над 3 300 000 души, след като кралят на Камбоджа е свален от власт в началото на 70-те години на миналия век с преврат. Китаецът Пол Пот, заедно с Йенг Сари и Та Мок, изпразва градовете и праща хората към оризищата. Оризът и до днес остава най-произвежданото нещо в Камбоджа, за него работят 59% от хората, а другите основни дейности са производството на текстил, строителството и туризмът.

По време на режима на Пот по-образованите, но и необразованите с очила, просто са избивани. Впоследствие идва ред на вьетнамската окупация, а първите

магазини, паркирани коли и мотори. Всъщност те се използват за всичко друго, но не и за ходене от пешеходците, които са принудени да вървят по улиците и да се оглеждат на всички посоки освен към небето. Движението тук е хаотично, а бедността на столичните наднична отвсякъде. Семейният бюджет рядко надхвърля 2 евро на ден, което се доближава до дневните на български пенсионер.

Освен многобройните кола, отдавна превърнали се в основно средство за придвижване по тези георгафски ширини, обичайна гледка са натоварени на един мотор семейства и бясно профучаващи коли. Автобуси почти липсват, а хората

пътуват най-вече на платформите на открити джипове, на биволски каруци и на всякакви приспособления с по 2-3 колела. Обичайна гледка е при рязко спиране и слизане предната гума на моторите да се вдигне във въздуха заедно с шофьора, а пътниците да се разтоварят от задната част на количката като чакъл от самосвал. Не по-малко атрактивни са пътуващите с мотори, натоварени с по 40-50 кокоски, далеч от определението „щастливи“. Регистрационните табели на мотори и коли са рядкост, а полиците правят проблем не за липсата им, а за претоварените с накацали върху платформите хора в джипове, автомобили и автобуси.



демократични избори се провеждат през 1993 година. Хората се усмихват и пред една от най-страшните сгради в Пном Пен. Навремето тя е огласяна от детски глъч и игри като всяко нормално училище по света. През 70-те години на миналия век триетажната сграда се превръща в най-тайния лагер за интернирани, познат като S-21. Заг голите бетонни стени, плоски тавани и палми в двора червените кхмери прибирали „враговете на революцията“. На това място се провеждали разпити, мъчения и екзекуции. От 14 007 души, преминали оттук, само 7 са оцелелите. Днес това кътче от историята на Камбоджа е запазено непокътнато и превърнато в Национален музей на геноцида.

Традиционната глъчка и блъсканица съпътстват посещението на градския пазар в Пном Пен. Освен всевъзможните екзотични плодове обичайна гледка е тук да ти предложат да купиш и да си сготвиш различни пълзящи гадинки. Черни лъскави паяци, зелени бръмбари, жълти шурци и дори хлебарки са част от екзотичното меню в Камбоджа. Животинките са най-често пържени, но не липсват и вариантите „на

скара“ или просто сварени. Най-вкусното на пазара е хлябът, който в комбинация със сготвени зеленчуци, листа, ориз и миниатюрни мръвки залоено месо с неясен произход става още по-желан.

На север от Пном Пен се намира Тонле Сап. Това е най-голямото езеро в Индокитай. Тонле Сап на кхмерски означава „голямо езеро“. Пътят до там се лута между реки, канали и селца от малки сламени къщурки на колци.

През сухия сезон площта на езерото е около 2500 кв. км.. След дъждовете през май-юни водите на жълтата река Меконг прииждат и разстилат езерото на четири пъти

по-голяма площ.

Може би най-впечатляващото място в необикновена Камбоджа се нарича Ангкор Ват (Свещен храм), намиращ се в Ангкор Том (Свещен град). Религиозният комплекс Ангкор Ват, за който се твърди, че е най-големият в света, се намира в старата столица на Камбоджа Ангкор Том. Дълги години около 1000-та храма остават скрити за света. Историята на преоткриването на „изгубения град“ гатира от 1860 г. Тогава французинът Анри Муо изследва джунглите в Камбоджа. Под плетеница от пълзящи растения и корени на дървета той открива множество скрити дървени постройки. Малко по-късно

археолозите съобщават, че са открили изгубения свят на кхмерския народ. Сградите били част от великата столица Ангкор Том, построена около 1200 г. Учените открили и храм, „по-огромен от всичко наследено от Гърция и Рим“. Ангкор Ват бил буквално превзет от джунглата и били необходими години усилена работа, за да бъде почистен и показан на света в истинския си блясък.

Оказва се, че това е районът, който включва храма Ангкор Ват и представлява най-големият религиозен комплекс на земята. Той се простира



Пазарът привлича с много изкушения



на площта от 350 хектара. Според легендите храмът е основан през 1150 г. при погребението на Суряварман II. Това е кхмерски владетел, изповядващ хиндуизъм. Преживе той почитал бог Вишну и в негова чест издига храма. Петте кули от пясъчник на Ангкор Ват символизируют върховете на планината Меру, която е центърът на Вселената според хиндуистката митология и приличат на... фалос. Храмът е бил опасан от външна стена, дълга 3,5 км, и ров. Имал три дълги правоъгълни галерии, издигнати една над друга, тераси, много прекрасни статуи и барелефи.

Всъщност историята на гържавата Камбоджа започва през 802 г., когато крал Джаяварман II основава Камбоджадеша. И се превръща в богакрал. Той прави светилище, където жреците извършват жертвоприношения и му отдават почит. След него на власт идва крал Индраварман II, който пък прави върху светилището храм. Така над столицата на кралството извисява снага първият огромен златен фалос, олицетворяващ кралската власт. Легендата разказва, че след него всеки крал бил дължен да съзижда храм, в който бил погребван след смъртта си. Идеята храмът да бъде с формата на фалос идва от преданието за владетел на кхмерите, наричан Девараджа.

Той имал харем от 3000 жени, а спалнята му се намирала в златната кула Пимеанакас. Владетелят бил дължен всяка вечер да изпълнява любовен ритуал с деветоглава змия, която приемала образа на жена. Ако пропуснел дори и една-едничка вечер да изпълни ритуала, той бил обречен на смърт. Най-вероятно точно това предание сред кхмерите кара техните крале да строят храмовете с формата на мъжки полов член. Нещо повече – мъжете нямали право на почивка и единственото време, в което не правели секс с жените си, били първите 48 часа след като съпруги-

те им ги гарят с потомство. Така постепенно преклонението пред кралския фалос, в чийто символ се превръща всеки новопостроен храм, се превръща в религия.

Храмът Ангкор Ват има три тераси. Върху най-високата от тях се издигат пет кули. Не е нужно много въображение, за да се види с просто око приликата им с фалоса. Тези кули на практика представляват централните на кхмерската вселена. Върху стените в техните галерии са издялани различни сцени от мирния живот и войните на кхмерите.

Смята се, че последният владетел в Изгубения град е Джаяварман VII. Той изгражда храма Байон с 50 кули, представляващи огромни човешки лица, обърнати към четирите посоки на света. Те сякаш пазят входа към Ангкор Том.

По-късно този храм се превръща



Кулите с огромни човешки лица са обърнати в четирите посоки на света

всяко похарчено евро си заслужава. Цената на 10-дневна програма, включваща Виетнам и Камбоджа, е 1920 евро. Към сумата трябва да се прибавят още 440 евро летищни такси и 140 евро за визи – 120 за Виетнам и само 20 за Камбоджа. Така общо екзотичното удоволствие излиза 2500 евро, макар че и това не е крайна цена, защото ще трябва да джобни и пари за сувенири. А и за посещението на различни атракции, като например Кралския дворец в Пном Пен, чийто пог е покрит с 5000 сребърни плочки. Друго, което си заслужава да се види в Стария град, са многобройните кхмерски храмове, някогашният най-голям азиатски пазар, централният пазар на Пном Пен, изграден в стил арт деко, и




най-високата религиозна сграда в столицата - Ват Пном. Край Ангкор Том не бива да се пропусне и Та Пром. Той е един от най-красивите храмове в цял Индокитай и останал почти недокоснат от времето не само

в център на будистката религия, но около 1430 г. е изоставен след нападенията на тайвански племена от юг.

На практика най-голямото религиозно средище в света е комплекс от огромни каменни храмове, разпръснати из провинцията и напомнящи за една велика империя и град, приютил някога милиони хора. Днес някои, като основния храм Ангкор Ват, са грижливо запазени. Други, обикновено по-отдалечени храмове, са потънали в зеленина и влага.

Пъртят го тези чудеса от София не е лек, нито евтин. Но

защото е най-късно откритият, но и защото на практика е „погълнат“ от джунглата. Програмата от София включва и пътуване по река Меконг до втория по големина град в Камбоджа – Батамбанг. Градът е основан през XI век и е известен с френското си очарование и колониална архитектура. Най-интересната среща тук може да бъде с местни монаси, които обитават пагодата Ват Пупит. Но където и да се намира човек, в Камбоджа, навсякъде чува мелодията кмер и долавя уханието на жасмин. 

М  
а  
г  
и  
я

Ще успее ли Меджик Джонсън да върне славата на „Доджърс“, или ще се провали в бизнеса като други големи спортисти

В клуба на  
собствениците



*Меджик Джонсън е част от няколко изключителни клуба. На шампионите в НСАА и НБА. На звездите в баскетболната Зала на славата. На олимпийските първенци. Наскоро той влезе в един още по-специален клуб - на играчите, собственици на професионални спортни отбори в Америка. Джонсън, филмовият продуцент Питър Губер, бившият президент на бейзболните „Атланта Брейвс“ и „Вашингтон Нешънълс“ Стан Кастен и главният изпълнителен директор на финансовата компания Guggenheim Partners Марк Уолтър купиха бейзболния „Лос Анджелис Догърс“. Цената - 2,15 млрд. долара. Едно е обаче да си бил сред най-големите звезди, а друго - да управляваш спортен клуб. Ще успее ли Меджик като някои прочути спортисти преди него в новото си начинание, или ще се провали като други? Рано е да се каже. Със сигурност обаче знем едно нещо - той ще даде всичко от себе си, както го правеше на баскетболното игрище.*

Меджик твърди, че новите собственици са решени на всяка цена да изправят на крака клуба. В последните години „Догърс“ изрядно колебливо, а посещаемостта в мачовете спада. Преди първия двубой миналия сезон фен на тима бе пребит почти до смърт от групи привърженици на паркинга пред стадиона. Предишният собственик Франк Маккорт пък гокара клуба до фалит, освен това плати 130 млн. долара на бившата си съпруга при развода. Този сезон 6-кратният шампион започна много добре и има 9 победи в първите си 12 мача. „Ще работим здраво, за да върнем отбора там, където му е мястото - на върха“, обеща големият баскетболист.

По традиция, клубните собственици в Америка са нефтени магнати, царе в сделките с недвижими имоти, наследници на богати индустриалци или хайтек милионери. „Дори във време, в което годишната заплата на спортистите е 8-цифрена сума, много рядко се случва някоя звезда да прекрачи от игрището в офиса като собственик“, отбелязва Ричърд Дейвис, спортен историк и професор в университета в Невада, Рино. Но, разбира се, има и такива. Като Майкъл Джордан (съсобственик на баскетболния „Шарлът Бобкетс“), Марио Лембо (притежава голям дял в хокейния „Питсбърг Пингуинс“) и Нолън

Рајън (гържи бейзболния „Тексас Рейнджърс“). Както и исторически прецедент. В началото на миналия век бившият кетчър Кони Мак купува бейзболния „Филаделфия Атлетикс“ и остава негов собственик над 50 г. Освен това е мениджър на тима и изпълнителен директор. Джордж Хейлс, играл 12 мача за „Ню Йорк Янкийс“, започва работа в компанията за нишесте А.Е. Staley в Дъкейтър, Илиноис, след като бейзболната му кариера е прекратена поради тежка травма през 1921 г. става „Чикаго Беърс“. Семейството на Хейлс все още притежава клуба.

Джонсън може би ще разбере, че опитът като професионален спортист няма почти никакво значение за сегашната му професия. Мак записва добри резултати като собственик на „Филаделфия Атлетикс“, особено в началото, но след това тимът се проваля по едни или други причини. В последните 20 г. от неговото управление отборът 10 пъти завършва на последно място. По онова време няма мултимилionни договори с тв компаниите, които да осигуряват добро бъдеще за клубовете, и в началото на 50-те години отборът едва отървава фалита.

Но дори допълнителните прихо-

ди, които клубовете си осигуряват сега (от тв права, прогажба на места във ВИП ложите, спонсорство), не успяха да помогнат на някои играчи да пренесат спортните си успехи в бизнеса. През 2001 г. легендарният хокеист Уен Греци стана част от собствениците на „Финикс Коюотс“. Дори обаче след като той стана и треньор, отборът куцаше. 8 години по-късно клубът банкрутира и Греци напусна. Най-великият баскетболист за всички времена Майкъл Джордан купи „Шарлът Бобкетс“ през 2010 г. Клубът обаче едва крета в НБА. Наскоро Въздушния обяви, че смята да превърне отбора в кандидат за титлата и няма никакво намерение да го продава.

Джонсън се е доказал като успешен бизнесмен. Той превърна Magic Johnson Enterprises в компания, чийто годишен оборот е близо 500 млн. долара благодарение на кинотеатрите и „Старбъкс“. Меджик обяви, че ще бъде публичното лице на клуба, и се зарече скоро за „Догърс“ отново да се говори с възхищение в Южна Калифорния. Според Майк Вийк, който е партньор в 7 по-малки бейзболни клуба, Джонсън не трябва да бъде отписван в новото му начинание: „Името му е синоним на забавление и смях. А освен това се казва Меджик. Всичко е възможно.“



**КОНИ МАК**



„Високият Тактик“ притежава част или целия бейзболен „Филаделфия Атлетикс“ от основаването на клуба през 1901 до 1954 г., когато го продава на Арнолд Джонсън. Преди това Мак 11 години играе като кетчър в Националната лига. Благодарение на 50-годишната си кариера като мениджър на „Ейс“ и две в „Питсбърг Пайрътс“ през 90-те години на XIX-и век той сгръжи рекорда за най-много победи и най-много загуби в историята на бейзболната лига (МЛБ).

**ДЖОРДЖ ХЕЙЛЪС**



Макар да не става суперзвезда, Хейлърс записва 12 мача в МЛБ през 1919 г. На следващата година отива в отбора по американски футбол „Дъкейтър Стейлис“. През 1921 г. купува клуба и го премества в Чикаго, където той става „Чикаго Бейърс“. Няколко години „Папа Бейър“ (Татко Мечок) е всичко - собственик, треньор, мениджър и продавач на билети. Остава треньор дълго след като кариерата му на играч приключва. Семейството му все още притежава клуба.



**РОДЖЪР ХОРНСБИ**

Легендарният хитър купува дял в „Сейнт Луис Кардиналс“ през 1925 г. и става мениджър на тима. В края на следващата година, след като отборът печели титлата, той влиза в конфликт със собственика Сам Бридгън за договора си и е продаден на „Джайънтс“, които тогава са в Ню Йорк (сега отборът се нарича „Сан Франсиско Джайънтс“). Президентът на Националната лига обаче отсича, че Хорнсби не може да сгръжи дял в един клуб и да играе за друг и той е принуден да продаде акциите си.



**ДЖЕРИ РИЧЪРДСЪН**

Кариерата на собственика на „Каролина Партнърс“ в американския футбол е кратка, но паметна. През 1959 г. като играч на „Балтимор Колтс“ той хваща паса за тъчдауна, с който отборът печели втората си поредна титла в НФЛ. А след триумфа, ядосан, че шефовете не увеличават заплатата му, той напуска клуба и създава ресторанта за бързо хранене Hardee's. След повече от 30 г., вече като милиардер, той се връща в американския футбол на бял кон като собственик.



**МАРИО ЛЕМЬО**

През 1999 г. легендарният хокеист е най-големият кредитор на фалиралия „Питсбърг Пингуинс“. Той обаче превръща ситуацията в свое предимство, като купува клуба, оставя го в града и се връща да играе. Прекратява кариерата си през 2006 г. Благодарение на идването на няколко много добри играчи, сред които Сидни Кросби, тимът печели Купа „Стебли“ през 2009 г. Лемьо е съсобственик на клуба заедно с бизнес магната Роналд Бъркъл.



**УЕЙН ГРЕЦКИ**

Хокейната легенда Грецки не успява като собственик, за разлика от бившия си голям съперник на лега Лемьо. След като през 2001 г. Великия става съсобственик на „Финикс Коуйтс“, отборът играе зле, а когато 4 г. по-късно Грецки става и треньор нещата съвсем се влошават. След финансовите проблеми в клуба през 2009 г. легендата напуска.



**МАЙКЪЛ ДЖОРДАН**

Най-великият за всички времена? Може би като играч - 6 шампионски титли, но като собственик... Въздушния стана свидетел как от място в плеиофите през 2010 г. „Шарлът Бобкетс“ падна до последното място в НБА през настоящия сезон. Наскоро Джордан обяви, че няма никакво намерение да продава клуба, а ще се бори докрай, за да го направи претенгент за титлата.



**НОЛЪН РАЙЪН**

Може би един от най-великите питчърси за всички времена - 324 победи и 7 мача, в които никои не успява да удари хвърлената от него топка (т.нар. ноу-хитърс). Райън купува „Тексас Рейнджърс“ през 2010 г., след като 2 г. е президент на клуба. Отборът 2 пъти поред печели титлата в Американската лига и е считан за фаворит в световните серии този сезон.



# AGRESSIA

---

GROUP

by CARLOCADDEO  
MILANO

---

Шоурум:

бул. Рожен 22А, тел: 02 936 09 05

---

Магазини:

София, ул. Алабин 60, тел: 02 980 50 77

София, бул. България 58, тел: 02 859 38 28

Пловдив, ул. Отец Паисий 33, тел: 0894 399 181

---



## ГОРЕЩА ТЕМА



### Гутенберг, Зукърбърг и цената на информацията

Има ли информацията цена и каква е тя, принудени ли сме да я плащаме и как? Дали информацията, която получаваме, не ни става възможност освободим се от тези въпроси търси Дойче Веле България.

[Прочети повече](#)  
[Съв. от Гореща тема](#)

## АНАЛИЗ



### Лебедовата песен на "Набуко"

Проектът за газопровода, който трябва да избяга Европа от руската зависимост, е запален от парижанини

26 януари 2012 г., четвъртък

[Прочети повече](#)  
[Съв. от Анализ](#)

## МНЕНИЕ



### Как политиката в Европа влияе на пазарите

Изборите могат да доведат до неяснотия, а за инвеститорите това означава промяна в възможностите и риска

25 януари 2012 г., сряда

[Прочети повече](#)  
[Съв. от Мнение](#)



## ПАЗАР



### Испания ужили евро

Новината за понижаване на кредитен рейтинг на страната може да върши един

[Прочети повече](#)  
[Съв. от Пазар](#)

## ИКОНОМИКА

### ПРОЕКТИ

# Влез и виж ВСИЧКО НАЙ-НОВО ОТ СВЕТА НА БИЗНЕСА

# economymagazine.bg







BRAND PR

PR • РЕКЛАМА • КОНСУЛТАНТСКА ДЕЙНОСТ

Истинската връзка!

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



# CHIVAS

LIVE WITH CHIVALRY

[www.chivas.com](http://www.chivas.com)  
Консумирай отговорно.