



## Уважаеми пътници, Добре дошли на борда на *България Ер*!

Не ви ли се струва понякога, че прогресът ни измами? XXI век, който чакахме с толкова надежди, отдавна настъпи, но къде са обещаваните от футуролозите неща?

Къде е роботът, на когото да възложиш да ти напише домашното? Хапчето, което лекува и главоболие, и рак? Летящата кола, с която избягваме и дупките, и задръстванията? Триденевните екскурзии до Марс? Ако прочетете някоя стара фантастика от 50-те, твърде вероятно е наистина да се почувствате измамени.

Всъщност обяснението е много просто. Науката дотолкова се разви в последния половин век, дотолкова се разклони в отделни области, дисциплини и направления, че вече ни е невъзможно да следим напредъка във всички. И понеже научните пробиви станаха ежедневие, те вече не предизвикват сензационни заглавия. Прогресът е тук и непрекъсна-

то ускорява ход: просто ние сме твърде затрупани с информация, за да го забележим.

Затова решихме да посветим априлския брой на The Inflight Magazine на напредъка в автомобилния свят: за да ви припомним, докато пиете кафето си и чакате кацането, че прогресът не е само спомен. И утрешният ни ген просто няма как да не е по-добър от днешния.

*Пожелавам ви приятно четене, и приятен полет.*

Янко Георгиев,  
Изпълнителен директор

Dear Passengers,  
Welcome aboard *Bulgaria Air*!

Don't you sometimes think that progress has deceived us? The 21st century we were waiting for with so many hopes is here, but where are the things that futurologists have promised us?

Where's the robot you can assign your homework to? The pill that cures headache and cancer? The flying car, which helps to avoid holes and traffic jams? Three-day trips to Mars? If you read an old science fiction novel from the 50's, it's quite likely that we really feel deceived.

In fact, the explanation is very simple. Science has developed so much in the last half a century, it has branched out into certain areas, disciplines and trends that it's become impossible for us to trace advance everywhere. And since scientific breakthroughs have become a common thing, they don't cause sensational titles anymore. Progress is here and it's constantly accelerating: we're just too overwhelmed with information to notice it.

That is why decided to dedicate the The Inflight Magazine April issue to the advance in automotive sector: to remind you that while you drink your coffee and wait for landing, progress is not only a memory. There's no way that tomorrow won't be better than today.

*I wish you pleasant reading and a pleasant flight.*

Yanko Georgiev  
CEO



# ФЛОРЕНЦИЯ, ТОРИНО, НЕАПОЛ, ВЕНЕЦИЯ, ПИЗА... И ОЩЕ 11.

ЛЕТЕТЕ ОТ СОФИЯ ПРЕЗ РИМ ДО 16-ТЕ

НАЙ-ЖЕЛАНИ ДЕСТИНАЦИИ В ИТАЛИЯ С БЪЛГАРИЯ ЕР!



**България Ер**  
Национален Превозвач [www.air.bg](http://www.air.bg)

ПРИЯТЕН  
ПОЛЕТ

ПРИЯТНИ  
ЕМОЦИИ

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

**11 | BUSINESS  
ECONOMY**



**39 | ANALYSIS  
POLITICS**



**55 | SCIENCE  
TECHNOLOGY**



**83 | TRAVEL  
LIFESTYLE**



**32 | Голямата  
ягодова  
измама**

Шепа слабоизвестни  
компани държат  
свещения пазар на  
вкусове

**47 | Ако получаващ  
продукт  
безплатно, значи  
продуктът си  
ти**

Иван Житиянов,  
изпълнителен директор  
на „Телелинк Бизнес  
Сървисис“

**60 | Въпросът е  
кой ще успее  
да направи  
електромобила  
печеливш**

Харалд Крюгер, главен  
изпълнителен директор  
на BMW Group, пред  
Bulgaria ON AIR

**88 | Дом  
като една  
човешка глан**

Водещите тенденции  
в архитектурата и  
дизайна през 2018

**36 | The Big  
Strawberry Fraud**

**50 | If You're Offered a  
Product Free, the  
Product is Usually  
Yourself**

**66 | Making Electric Cars  
Profitable Will Be  
Decisive**

**93 | Home the Size of a  
Palm**

**12 | Числа и лица  
Figures & Faces**

**14 | Добрата страна на  
руска**

**16 | The Bright Side of Risk**

**20 | Всички страхове**

**22 | The Sum of All Fears**

**28 | Моят дом е моята...  
банкова сметка**

**30 | My Home is My... Bank  
Account**

**34 | Какво знае за вас  
Google**

What Does Google  
Know About You

**42 | Българската гулема**

**44 | The Bulgarian  
Dilemma**

**56 | Пърженото е  
полезно?**

Fried food is healthy?

**72 | Компанията, която  
иска да преобрази  
автомобила**

**74 | The Company that  
Wants to Transform  
the Car**

**78 | Игри на светлината  
Tricks of Light**

**84 | Афиш  
Poster**

**96 | Красотата ще спаси  
света**

**98 | Beauty Will Save The  
World**

**100 | В куфара на Марсел  
ван дер Хук  
In The Suitcase of  
Marcel van der Hoek**

**104 | Бедната богаташка**

**105 | Poor Little Rich Girl**

# RAYMOND WEIL

GENEVE



NEW FREELANCER  
CHRONOGRAPH

**JULLIANY**  
TIME IS CREATIVITY

НОВООТКРИТ МАГАЗИН – THE MALL,  
PARADISE CENTER, SERDIKA CENTER,  
MALL OF SOFIA, ул. Г. С. РАКОВСКИ 70,  
ПЛОВДИВ: MALL PLOVDIV,  
MALL MARKOVO TERE,  
WWW.JULLIANY.COM

**Bulgaria Air**  
National Carrier [www.air.bg](http://www.air.bg)

## THE INFLIGHT MAGAZINE

БОРДНОТО СПИСАНИЕ НА БЪЛГАРИЯ ЕР ИМА СРЕДНА МЕСЕЧНА АУДИТОРИЯ  
ОТ НАД 100 000 ДУШИ, ИЛИ НАД МИЛИОН ЧИТАТЕЛИ ГОДИШНО

THE INFLIGHT MAGAZINE ENJOYS AN AVERAGE MONTHLY AUDIENCE  
OF MORE THAN 100,000 PEOPLE, OR OVER A MILLION READERS PER YEAR

ГЛАВЕН РЕДАКТОР  
**Константин Томов**  
[ktomov@bulgariaonair.bg](mailto:ktomov@bulgariaonair.bg)

РЕДАКТОР  
**Кристина Нигохосян**  
[cnigohosian@bulgariaonair.bg](mailto:cnigohosian@bulgariaonair.bg)

ПРЕВОДАЧИ  
**Албена Манафска**  
"Radix"

АВТОРИ  
**Бойко Василев**  
**Валери Ценков**  
**Емил Иванов**  
**Ивайло Петров**  
**Калин Ангелов**  
**Калин Николов**  
**Калоян Стайков**  
**Олег Попов**  
**Ясен Бориславов**

ДИЗАЙН  
**BRAND NEW**

ИЗДАТЕЛ  
**ИНВЕСТИР МЕДИА ГРУП**

ИЗПЪЛНИТЕЛЕН ДИРЕКТОР  
**Виктория Миткова**

ТЪРГОВСКИ ДИРЕКТОР  
**Леа Бакалова**  
[lbakalova@bulgariaonair.bg](mailto:lbakalova@bulgariaonair.bg)

РЕДАКЦИОНЕН АДРЕС  
1540 София, бул. Броксел 1  
[office@bulgariaonair.bg](mailto:office@bulgariaonair.bg)  
тел.: 02 448 40 70  
[www.bgonair.bg](http://www.bgonair.bg)

БАНКОВА СМЕТКА

ISSN 1314-2216

IBAN: BG57 CECB 9790 1019 1023 03  
BIC: CECBGB33  
Банка „ЦКБ“ АД – клон Варна

EDITOR-IN-CHIEF  
**Konstantin Tomov**  
[ktomov@bulgariaonair.bg](mailto:ktomov@bulgariaonair.bg)

EDITOR  
**Cristina Nigohosian**  
[cnigohosian@bulgariaonair.bg](mailto:cnigohosian@bulgariaonair.bg)

TRANSLATORS  
**Albena Manafska**  
"Radix"

CONTRIBUTORS  
**Boyko Vasilev**  
**Valeri Tsenkov**  
**Emil Ivanov**  
**Ivaylo Petrov**  
**Kalin Angelov**  
**Kalin Nikolov**  
**Kaloyan Staykov**  
**Oleg Popov**  
**Yasen Borislavov**

DESIGN  
**BRAND NEW**

PUBLISHER  
**INVESTOR MEDIA GROUP**

CEO  
**Victoria Mitkova**

MARKETING DIRECTOR  
**Lea Bakalova**  
[lbakalova@bulgariaonair.bg](mailto:lbakalova@bulgariaonair.bg)

EDITORIAL ADDRESS  
1540 Sofia, 1 Brussels Blvd.  
[office@bulgariaonair.bg](mailto:office@bulgariaonair.bg)  
phone: (+359) 2 448 40 70  
[www.bgonair.bg](http://www.bgonair.bg)

BANK ACCOUNT

По смисъла на Закона за изменение и допълнение на Закона за задължителното депозитиране на печатни и други произведения обн.в ДВ, бр.87 от 05.11.2010г., мажоритарният собственик на дружеството издател на списание „Bulgaria on air THE INFLIGHT MAGAZINE“ и списание „GO ON AIR“ е „Холдинг Варна АД с ЕИК 103249584. „Холдинг Варна“ АД е публично дружество по Закона за публичното предлагане на ценни книжа и е под надзора на Комисията за финансов надзор.



Радостта  
от шофирането



# ГРАДСКА ЛЕГЕНДА.

## НОВОТО BMW СЕРИЯ 2 АКТИВ ТУРЪР.

За повече информация и пробно шофиране, моля свържете се с вашия BMW дилър.  
Среден разход на гориво в л/100 км: 4,3-6,1  
CO2 емисии в г/км: 112-139

**М Кар**  
4003 Пловдив  
бул. Карловско шосе  
тел.: 032/ 906 996  
[www.bmw-mcar.bg](http://www.bmw-mcar.bg)

**М Кар Варна**  
9023 Варна  
бул. Вл. Варненчик 320  
тел.: 052/ 739 860  
[www.bmw-mcarvarna.bg](http://www.bmw-mcarvarna.bg)

**М Кар Плевен**  
5800 Плевен  
кв. Дружба 1  
тел.: 064/ 870 007  
[www.bmw-mcarpleven.bg](http://www.bmw-mcarpleven.bg)

**М Кар София**  
1407 София  
бул. Черни връх 53  
тел.: 02/ 45 17 800  
[www.bmw-mcarsofia.bg](http://www.bmw-mcarsofia.bg)

# Viva!

## CASINO

AT

SOFIA HOTEL BALKAN  
THE LUXURY COLLECTION



BLACKJACK  
AMERICAN ROULETTE  
RUSSIAN POKER  
CARIBBEAN POKER  
TEXAS POKER  
NOVO POKER  
NEWEST SLOT MACHINES



OPEN 24/7 FREE ENTRANCE & BAR



SOFIA HOTEL BALKAN  
5, Sveta Nedelja Square 1000 Sofia Bulgaria  
+359 (2) 981 5747; info@groupviva.com  
www.vivacasino.biz

## CONTRIBUTORS АВТОРИ



**КАЛОЯН СТАЙКОВ** е старши икономист в Института за пазарна икономика (ИПИ), сред главните му интереси са финансовите системи, публичните финанси и макроикономиката. Завършил е Университета на Амстердам (специалност Международен бизнес и икономика). Стайков е редовен гост-коментатор по Bloomberg TV Bulgaria.

**KALOYAN STAYKOV** is a Senior economist at the Institute for Market Economics (IME), among his fields of interest are financial systems, public finances and macroeconomics. He has graduated from the University of Amsterdam. Staykov is a frequent guest analyst on Bloomberg TV Bulgaria.



**БОЙКО ВАСИЛЕВ** е един от най-уважаваните телевизионни журналисти в България, водещ и продуцент на "Панорама" по БНТ. Доктор по социология, възпитаник на Софийския университет, специализирал е в Хайделберг, Германия. Автор е на десетки документални филми, включително "Деца на бащите", за който получи Голямата награда "Роберт Шуман" за 2007 година.

**BOYKO VASSILEV** is one of Bulgaria's most renowned television journalists, and the host and producer of the talk show Panorama (broadcast on the National Bulgarian Television). He holds a Ph.D. in sociology, is a Sofia University alumnus, and has specialized in Heidelberg, Germany. He has authored dozens of documentaries, including The Children of the Fathers, for which he received Bulgaria's 2007 Robert Schuman Journalism Award.

## ЛЕТЕТЕ ДО БУРГАС САМО ЗА 29 ЕВРО FLY TO BURGAS FOR ONLY 29 EURO



Сезонната линия на националния превозвач България Ер между София и Бургас бе открита още през април през тази година. Полетите ще станат ежедневни от началото на юни. Цената от 29 евро е крайна и включва всички летищни такси, 1 брой ръчен багаж до 10 килограма, кетъринг на борда и безплатен избор на място. Чекиран багаж до 23 кг може да бъде закупен за 20 евро в офис на издателя на билета или преди полет на летището. За информация и билети - на +359 2402 0400, [www.air.bg](http://www.air.bg) или [callFB@air.bg](mailto:callFB@air.bg).

The season flight of the national airline Bulgaria Air between Sofia and Burgas was opened as early as April this year. Flights will be daily as of the beginning of June. the price of 29 EURO is final and includes all airport taxes, 1 hand pack up to 10 kilograms, onboard catering and free seat selection. Checked luggage up to 23 kilograms could be pre-paid for 20 EURO at the airline booking office or right before the flight at the airport. For information and tickets, please call +359 2402 0400, visit [www.air.bg](http://www.air.bg) or write an email to [callFB@air.bg](mailto:callFB@air.bg).

EXOTIC  
HOLIDAY



0700 15 500

на цената на градски разговор

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

*Удоволствието да избираш!*

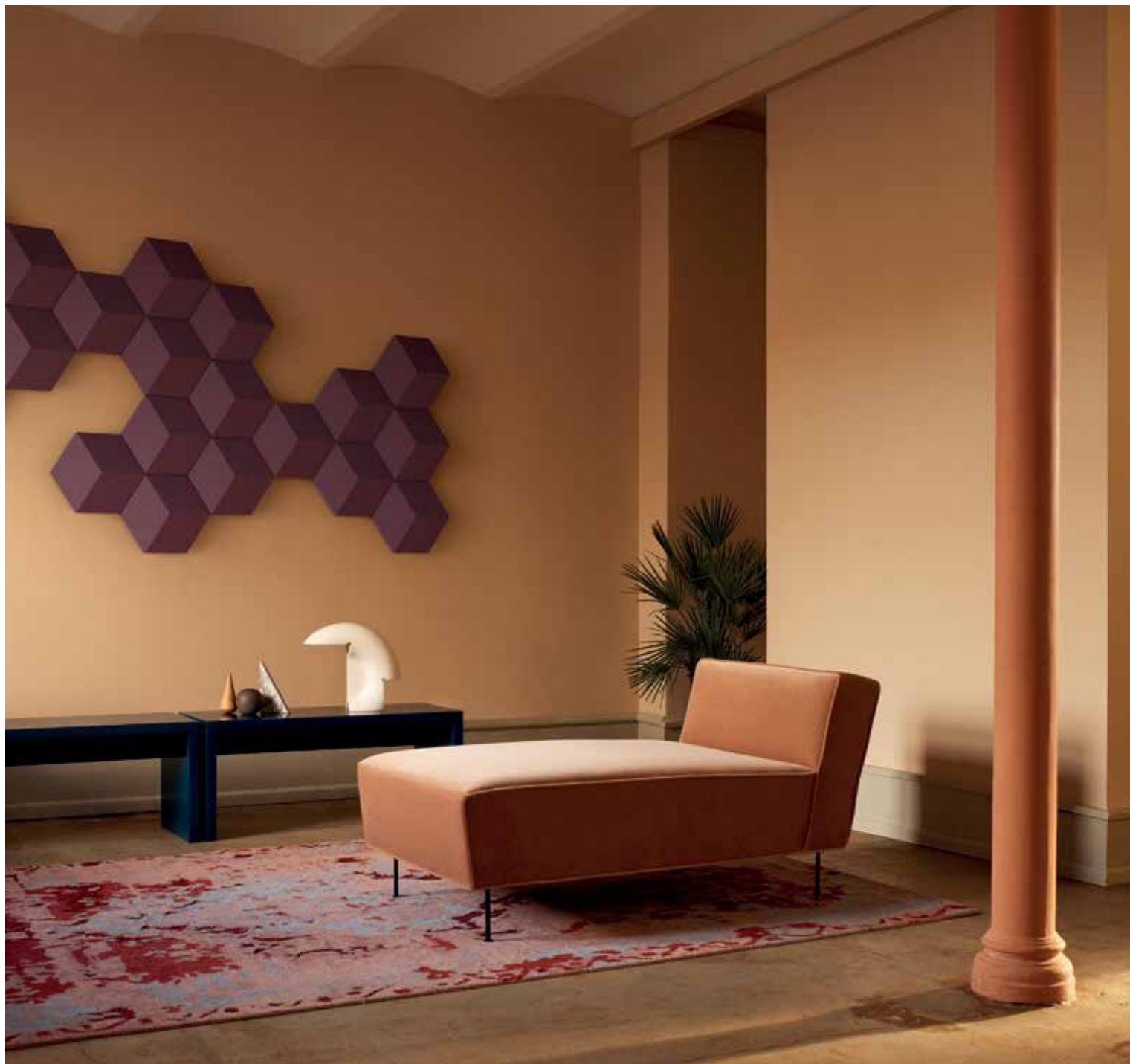
- о-в Мавриций • Малдиви • Сейшели • Доминиканска република •
- Куба - Хавана и Варадеро • Мексикански Кариби - Ривиера Мая •
- Кабо Верде • Азорски острови • Италия: Римини, Сицилия, Сардиния •
- Коста дел Сол - всяка седмица • Палма де Майорка - всяка седмица •
- Гръцки острови: Кефалония, Санторини, Крит, Лефкада, Закинтос, Миконос •



# OFF THE WALL MUSIC

BeoSound Shape is a new wall-mounted wireless speaker system for design conscious music lovers. The solution delivers immersive sound staging, customisable and scalable designs, as well as integrated noise dampers for improved room acoustics.

DISCOVER HOW ON [BANG-OLUFSEN.COM/SHAPE](https://bang-olufsen.com/shape)



BEOSOUND SHAPE

## BANG & OLUFSEN

LIKE NO ONE ELSE

**BULGARIA** — СОФИЯ, УЛ. ОБОРИЩЕ 10 — +359 2 8073757 — [SOFIA@BEOSTORES.COM](mailto:SOFIA@BEOSTORES.COM)



32 | **ГОЛЯМАТА  
ЯГОДОВА ИЗМАМА**  
THE BIG STRAWBERRY FRAUD

14 | **ДОБРАТА СТРАНА НА РИСКА**  
THE BRIGHT SIDE OF RISK



20 | **ВСИЧКИ СТРАХОВЕ**  
THE SUM OF ALL FEARS



# ЧИСЛА И ЛИЦА FIGURES & FACES

## 7.7%

е очакваният ръст на БВП на Индия през тази година - вторият най-висок показател в света след Доминика (8.8%). В челната петица са още Бутан, Ангвила и Етиопия. Най-зле ще се развият икономиките на Екваториална Гвинея (-3.7%), Пуерто Рико (-8%) и Венесуела (-11.9%). Средно глобалната икономика ще порасне с 2.7%, предвижда Economist Intelligence Unit. Под този показател ще са Русия, Италия, Германия, Великобритания и САЩ, а доста над него - Полша, Турция и особено Китай.

EN

is the expected Gross Domestic Product growth of India during this year - the second highest indicator in the world after Dominica (8.8%). Bhutan, Anguilla and Ethiopia are in the top five as well. The economies of Equatorial Guinea (-3.7%), Puerto Rico (-8%) and Venezuela (-11.9%) will develop the least. On average the global economy will grow by 2.7%, the Economist Intelligence Unit envisages. Russia, Italy, Germany, Great Britain and the USA will be below this indice, and Poland, Turkey and especially China - way above it. ■

## 1%

от данъкоплатците в България плащат почти една пета от събраните данъци, стана ясно от писмо на финансовия министър Владислав Горанов в отговор на парламентарно питане.

През 2016 данъкоплатците в страната са 3.08 милиона души, а общите деклариран от тях данъци - 2.82 млрд. лева. Цели 64% са декларирали среден облагаем доход под 600 лева на месец. Декларирали облагаем доход над 5000 лева са едва 1%, но на тях се пада 19% от платените данъци.

EN

of taxpayers in Bulgaria are paying almost one fifth of the collected taxes, became clear from a letter of the Finance Minister Vladislav Goranov in reply to a Parliamentary question.

In 2016 the taxpayers in the country are 3.08 million people, and the total taxes declared by them - 2.82 billion BGN. A whole 64% have declared an average taxable income under 600 BGN per month. The ones that have declared a taxable income over 5000 BGN are only 1%, but they account for 19% of the paid taxes. ■



## 425 000 000

лева без ДДС е стойността на новите търгове за строителство, открити от Агенция "Пътна инфраструктура". Сред по-големите проекти личат довършването на околовръстния път на София (от Младост до Цариградско шосе), строителството на скоростен път от Ботевград до Мездра, както и удължаването на магистрала "Струма" от Благоевград към Симитли.

EN

BGN without VAT is the value of the new construction tenders, opened by the "Roads Infrastructure" Agency. Among the larger projects that can be seen are the completion of the Sofia bypass (from Mladost to Tsarigradsko shose), the construction of a motorway from Botevgrad to Mezdra, as well as the extending of the "Struma" Motorway from Blagoevgrad towards Simitli. ■

## 5.6

милиарда долара вероятно ще достигне пазарната капитализация на Robinhood, прогнозира The Wall Street Journal. Компанията, създадена от българина Владимир Тенев, предлага интерактивна платформа за търговия с ценни книжа без комисионни. Стартирала попадна и в класацията Fintech 50 на списание Forbes.

EN

billion dollars will the market capitalisation of Robinhood probably reach, The Wall Street Journal prognosticates. The company, created by the Bulgarian Vladimir Tenev, is offering an interactive platform for trading with securities without commissions. The startup found itself in Forbes Magazine's Fintech 50 list as well. ■



# ДОБРАТА СТРАНА НА РИСКА

Българският застрахователен пазар продължава да расте уверено и изглежда готов за трите големи предизвикателства на 2018

Има и по-страшни неща от смъртта, казваше Уги Алън. Например да прекараш вечерта със застрахователен брокер. Шегата настрана, но българите очевидно са все по-склонни да изслушват брокерите: застрахователният пазар в страната се развива с уверени темпове и изглежда добре подготвен да посрещне трите големи предизвикателства на 2018 година.

**В КРАЯ НА ФЕВРУАРИ** Комисията за финансов надзор публикува предварителните данни за развитието на застрахователния пазар през 2017. Възходящата тенденция се забелязва с просто око. Пазарът по общо застраховане и животозастраховане за пръв път прехвърля границата от 2 милиарда лева и достига премиен приход от 2.15 млрд. - 7% ръст спрямо 2016. Нарастването е и в двата основни сегмента: общото застраховане (1.71 млрд. лева премиен приход, 8.1% ръст) и животозастраховането (435 млн. лева, ръст от 4.1%). Тези резултати потвърждават и заключенията от миналогодишния преглед на балансите на застрахователите, проведен от регулатора и установил, че компаниите в сектора са стабилни и устойчиви на сътресения.

**ОБЩОТО ЗАСТРАХОВАНЕ** продължава да доминира с дял от 79.5% - тенденция, която е без промяна още от дедомонизиранието на пазара преди повече от четвърт век.

Челната тройка на общозастрахователния пазар формират компаниите ЗАД „Булстрад Виена Иншурънс Груп“ (206 млн. лева премиен приход, 11.8 % пазарен дял), ЗК „Лев Инс“ АД (205 млн. лева, 11.7% дял) и ЗАД „Армеец“ (195 млн. лева, 11.1%). Петицата допълват „ДЗИ Общо застраховане“ ЕАД и ЗАД „Алианс България“. Прави впечатление почти равномерното разпределение на пазара по общо застраховане между първите пет компании: само 2% разлика в пазарния дял делят първата от петата.

Изплатените обезщетения в този сегмент през миналата година са 846 млн. лева, при 806 милиона година по-рано. Преобладаващата

част - почти 83% - са в автомобилното застраховане.

**КАТО ЦЯЛО ДИНАМИЧНОТО РАЗВИТИЕ** на общото застраховане се дължи в много голяма степен на автомобилния бизнес - тоест на застраховките „Каско“ и „Гражданска отговорност“. Тези две линии формират 70.1 на сто от българския пазар през 2017. Доминацията им се дължи на два фактора: задължителния характер на застраховката „Гражданска отговорност“, от една страна, и пословичната грижа на българите за автомобилите им - местен феномен, обясним вероятно с мъчния достъп до автомобил преди промените.

Показателно за последното е, че темпът на растеж при „Каско“ е по-висок от общопазарния - около 10 %, като тази застраховка формира общ премиен приход над 566 млн. лева (с над 40 млн. повече от 2016). Безспорният лидер по тази застраховка с почти 111 млн. лева приход е „Армеец“. Като основни негови конкуренти в тази линия се проявяват „ДЗИ Общо застраховане“ и „Булстрад Виена Иншурънс Груп“ (съответно 93 млн. и 92 млн. лева).

**НАЙ-ВИСОКИЯТ ПРИХОД** през 2017 очаквано е реализиран по застраховката „Гражданска отговорност“ - близо 653 млн. лева, с около 7% над обема за 2016. Традиционно „Лев Инс“ е водач в този сегмент с над 150 млн. лева премиен приход и 23% пазарен дял. След него се нареждат „Бул инс“ (87 млн. лева) и „Евроинс“ (малко над 70 млн.). Въпреки ръста за последната година, прави впечатление определено предпазливата политика в тази високорискова линия на редица компании. Нетният технически резултат (тоест печалбата) по „Гражданска отговорност“ е под 19 млн. лева, докато по „Каско“ печалбата е почти 54 млн. лева, въпреки чувствително по-малкия премиен приход.

**ИМУЩЕСТВЕНИТЕ** неавтомобилни линии бизнес през 2017 също се развиваха добре и съставляват 16.3 % от пазара по общо застраховане, с премиен приход от близо 255 млн. лева. Ръстът е под 4%,

обяснимо все още и със специфичната застрахователна култура на българите. За отбелязване е, че този приход идва до голяма степен от застраховане на държавно и общинско имущество, както и от корпоративни застраховки на по-едрия бизнес. Застраховките на домашно имущество остават далеч назад, с почти незабележим дял. Това е донякъде странно покрай факта, че огромната част от семействата в страната обитават собствени жилища. Но едва около 7-8% от тях ги застраховат. Изключение правят имотите, придобити с банков кредит, при които застраховката е условие по ипотеката.

По застраховките „Пожар и природни бедствия“ и „Други щети на имущество“ водят компании, които са част от международни групи: „Алианс България“ (31.7 млн. лева), „Булстрад Виена Иншурънс Груп“ (31.2 млн.) и „Дженерали Застраховане“ (30.4 млн.).

В застраховките „Помощ при пътуване“ пазарен лидер е „Армеец“ (4.4 млн. лв), следван от „Дженерали Застраховане“ (3.1 млн.), „ДЗИ Общо застраховане“ и „Алианс България“ (по 2.9 млн.).

В застраховките злополука най-силно се представя „Дженерали Застраховане“ (11.6 млн. лв), пред ДЗИ (5.3 млн.) и „Армеец“ (3.7 млн. лв).

**ЖИВОТОЗАСТРАХОВАНЕТО** в последните години показва устойчиво развитие въпреки редица неблагоприятни фактори. В много анализи България е представена като най-бедната страна в Европейския съюз, стандартът на живот на българските домакинства, особено в някои региони на страната, не е висок. Все още така наречената „средна класа“ е твърде ограничена в столицата и по-големите градове на страната. Всичко това неизбежно ограничава възможностите за развитие на животозастраховането. На този общ фон обаче животозастрахователният бизнес демонстрира добри резултати: 435 милиона лева премиен приход и 4.1% ръст на годишна база. Лидери тук са „Алианс България Живот“ (100.5 млн. лв), „Булстрад Живот Виена Иншурънс Груп“ (87.5 млн.) и „Уника Живот“ (76.7 млн.).

**НАКРАТКО, ФИНАНСОВИТЕ** резултати за 2017 ни показват един стабилен и развиващ се с добри темпове сектор. Кое е добре с оглед на предстоящите сериозни предизвикателства пред него. През 2018 трябва да приключи привеждането на гружествата в съответствие с Общия регламент за защита на личните данни (GDPR), което изисква огромна по обем работа от застрахователните компании, цялостен преглед на процесите и на информационните системи във връзка със събирането, обработването и съхраняването на лични данни.

Предстои също имплементирането във вътрешното законодателство на европейската Директива за дистрибуция на застрахователни продукти (т.нар. IDD – 2). Това ще изиска и съответните действия и мерки от страна на всяка застрахователна компания по отношение на администрирането на каналите за дистрибуция и създаване на необходимата организация за постоянното поддържане на професионалната квалификация на служителите, които се занимават с продажби, и на посредниците.

За автомобилното застраховане това ще бъде и годината на пълното въвеждане на бонус-малус системата по задължителната застраховка „Гражданска отговорност на автомобилистите“, което се очаква около средата на 2018.

И трите задачи са мащабни и скъпи за изпълнение. Но българското застраховане изглежда в достатъчно добро състояние, за да се справи с тях и да запише още една поредна година на уверен растеж. ■

*\* Данните в публикацията са от Статистика на общо застрахователния пазар и на животозастрахователния пазар към 31.12.2017, публикувани от КФН*

*\*\*Навсякъде в публикацията са взети предвид само резултатите от директно застраховане, а тези по активно презастраховане са изключени с оглед на прецизност и съпоставимост*



## “Great deals from Europcar Bulgaria”

moving *Emma's* way

from  
€ **14**  
per day\*

**N°1**  
IN EUROPE

Your partner in mobility.

Leading car rental and operational leasing company in Bulgaria

Car & Van rental | Operational Leasing | Chauffeur Services

Discover Bulgaria with a rental car from Europcar. For reservations or further information on innovative leasing solutions please contact us at [office@europcar.bg](mailto:office@europcar.bg), by phone on +359(0)700 18 688, online at [europcar.bg](http://europcar.bg) or through our Facebook page EuropcarBulgaria.

*\*daily rate for economy car group for minimum 7-day rental*



# THE BRIGHT SIDE OF RISK

The Bulgarian insurance market keeps growing robustly and seems ready for the three major challenges of 2018

There are worse things than death, to quote Woody Allen. Like spending the night with an insurance broker.

Joking aside, but Bulgarians are obviously ever more inclined to listen to brokers: the insurance market in the country is developing at a confident pace and looks well prepared to meet the three main challenges of 2018.

**AT THE END OF FEBRUARY**, the Financial Supervision Commission (FSC) published preliminary data on the development of the insurance market in 2017. The upward trend is visible to the naked eye. The non-life insurance and life insurance market for the first time crossed the 2 billion leva mark and reached a premium income of 2.15 billion leva – a 7% growth from 2016. The increase is evident in both main segments: non-life insurance (1.71 billion leva premium income, 8.1% growth) and life insurance (435 billion leva, 4.1% growth).

These results also confirm the conclusions of the insurance balance sheets review conducted by the regulator last year, which found that companies in the sector are stable and resilient.

**NON-LIFE INSURANCE** continues to dominate with a 79.5% share – a trend that has persisted since the market was demonopolised more than 25 years ago.

The top three on the non-life insurance market are Bulstrad Vienna Insurance Group (206 million leva premium income, 11.8 % market share), Lev Ins AD (205 million leva, 11.7%) and Armeec JSC (195 million leva, 11.1%). Next come DZI – General Insurance and Allianz Bulgaria. Notably, the top five hold almost equal shares of the non-life insurance market: the first

company has only 2% more than the fifth one. Claims paid in this segment last year totalled 846 million leva, down from 806 million leva a year earlier. The bulk – almost 83% - was in motor insurance

**IN GENERAL, THE VIGOROUS GROWTH** of non-life insurance is largely due to the automobile business – i.e. to Motor Comprehensive Cover and Motor Third Party Liability. These two lines accounted for 70.1% of the Bulgarian market in 2017. Their dominance is due to two factors: the compulsory nature of Third Party Liability, on the one hand, and the proverbial loving care that Bulgarians take of their cars – a local peculiarity, probably attributable to the short supply of vehicles before the changes. Indicatively, at about 10%, the Comprehensive Cover growth outpaced the overall market, generating a total premium income in excess of 566 million leva (over 40 million leva more than in 2016). The unchallenged leader in this insurance line with almost 111 million leva income is Armeec. Its main competitors in this department are DZI –General Insurance and Bulstrad Vienna Insurance Group (93 million leva and 92 million leva, respectively).

**THE HIGHEST INCOME** in 2017, as expected, was generated by Third Party Liability – nearly 653 million leva, about 7% more than in 2016. Traditionally, Lev Ins is the leader in this segment with more than 150 million leva premium income and a 23% market share. It is followed by Bul Ins (87 million leva) and Euroins (just over 70 million leva). Despite last year's growth, a number of companies have obviously adopted a rather cautious policy in this high-risk line. The net technical result (i.e. the profit) of Third Party Liability is below 19 million leva, while the profit of Comprehensive Cover is

By EMIL IVANOV / Photography SHUTTERSTOCK

almost 54 million leva, despite the considerably smaller premium income.

**PROPERTY INSURANCE** lines of business other than motor insurance also did well in 2017, taking up a 16.3% share of the non-life insurance market with a premium income of nearly 255 million leva. The growth is under 4%, which may still be due to Bulgarians' peculiar insurance culture. It is worth noting that this revenue comes largely from the insurance of state and municipal property, as well as the corporate insurance of big business. Home contents insurance lags far behind, with a negligible share. This is somewhat odd, considering the fact that the vast majority of families in the country are home owners. But only about 7-8% of them insure their homes. Real estate bought on bank loans is an exception, as insurance there is a condition to get a mortgage.

The leading companies in Fire and Natural Disasters and in Other Property Damage are part of international groups: Allianz Bulgaria (31.7 million leva), Bulstrad Vienna Insurance Group (31.2 million leva) and Generali Insurance (30.4 million leva).

The market leader in Travel Assistance is Armeec (4.4 million leva), followed by Generali Insurance (3.1 million leva), DZI – General Insurance and Allianz Bulgaria (2.9 million leva each).

The leader in accident insurance is Generali Insurance (11.6 million leva), ahead of DZI (5.3 million leva) and Armeec (3.7 million leva).

**LIFE INSURANCE** in recent years has shown sustained growth despite a number of unfavourable factors. Many analyses present Bulgaria as the poorest country in the European Union. Bulgarian households' standard of living, especially in some regions of the country, is not high. The so-called middle class is still confined to the capital and the country's larger cities. All this inevitably limits the possibilities for the development of life

insurance. Against this general background, however, the life insurance business demonstrated good results: 435 million leva premium income and a 4.1% growth year-on-year. The leaders here were Allianz Bulgaria Life (100.5 million leva), Bulstrad Vienna Insurance Group (87.5 million leva) and Uniqa Life (76.7 million leva).

**IN SHORT, THE FINANCIAL RESULTS** for 2017 show a stable and fast growing sector. Which is good considering the serious challenges that lie ahead. In 2018, companies must be brought into conformity with the General Data Protection Regulation (GDPR), which requires a huge amount of work from insurers, a comprehensive review of processes and information systems collecting, processing and storing personal data.

The EU Insurance Distribution Directive (also known as IDD – 2) will also have to be transposed in national legislation shortly. To this end, each insurance company will have to take the appropriate actions and measures to administer the distribution channels and make the requisite arrangements for keeping its sales staff and intermediaries properly qualified.

For motor insurance, this will be the year in which the bonus-malus system for the compulsory Third Party Liability insurance will be fully introduced, which is expected to happen in mid-2018.

All three tasks will take an enormous amount of work and money to implement. But Bulgarian insurance seems to be in a good enough shape to cope with them and log yet another year of confident growth. ■

\* Source: NonLife statistics and Life statistics 31.12.2017, published on [www.fsc.bg](http://www.fsc.bg)

\*\* All data in the publication refer to the results of direct insurance only. The results of active reinsurance are ignored for the sake of precision and comparability.

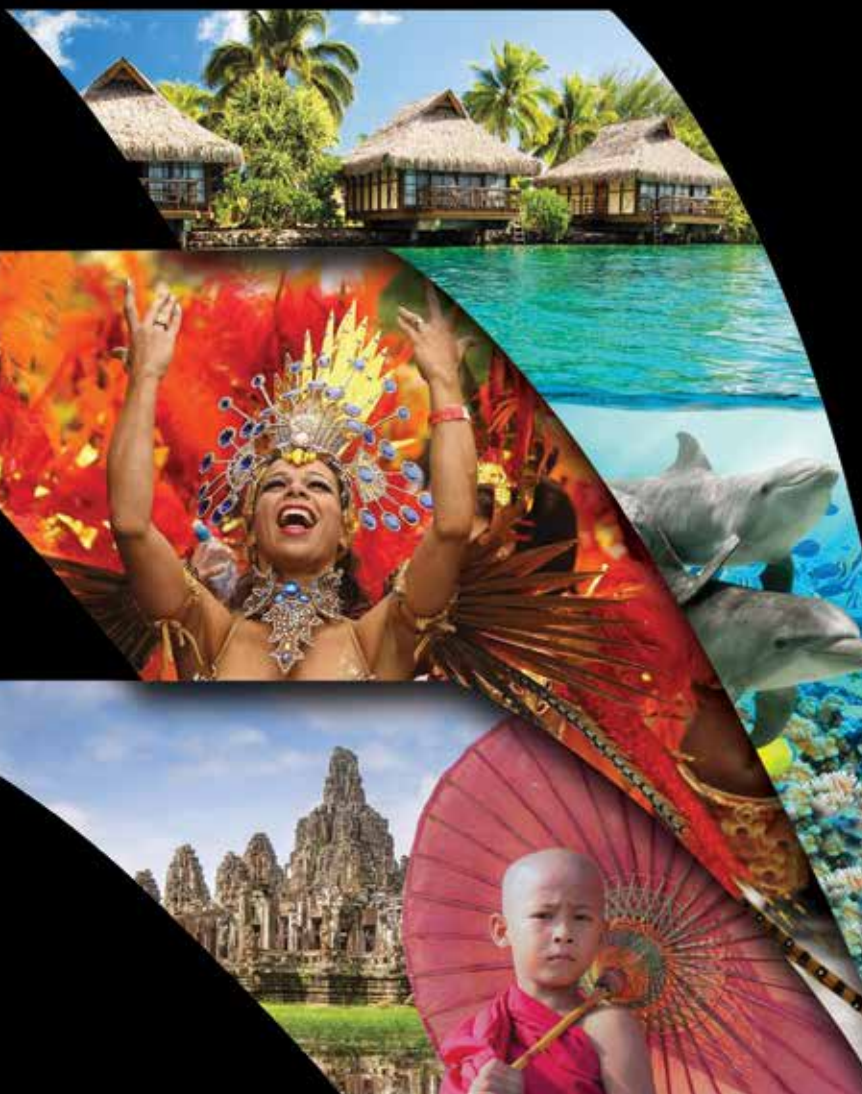
# EXOTIC HOLIDAY

Удоволствието  
да избираш...

## 0700 15 500

на цената на градски разговор  
[www.exoticholiday.bg](http://www.exoticholiday.bg)

- Аржентина и Бразилия • Южна Корея и Япония •
- Индия, Шри Ланка и Малдиви • Китай и Хонг Конг •
- Австралия и Нова Зеландия •
- Сингапур, Куала Лумпур и Малдиви •
- Виетнам, Камбоджа, Лаос и Пукет •
- Тайланд - Банкок и Пукет • Танзания и Занзибар •
- ЮАР, Зимбабве с водопада Виктория •
- Дубай: 5 и 7 нощувки •
- Мароко - Имперски тур с пустинята •
- Израел и Йордания • Чили и Перу •
- Исландия - приказки за елфи и тронове •
- Обиколена Иран •



*Накратко – не се задоволяваме с нищо друго, освен Съвършенство!*

Nova City Group е инвестиционна компания фокусирана в реализирането на висококачествени жилищни и търговски проекти в България.

Екипът на Nova City има голям международен опит в предприемачеството и строителството. Като собственици на Neo City – инвестиционна компания в сферата на недвижимите имоти, оперираща в Полша, Румъния, Чехия и Унгария, акционерите наследяват успешни практики и доброто познаване на пазара от всички реализирани проекти до момента.

Принципите на компанията са основани на симбиозата между изграждане на недвижими имоти и непрестанното изучаване, и изследване на пазара и неговото развитие. Компанията разчита на собствени и външни източници, чиято цел е да осигурят информация за най-новите тенденции на пазара. Партньорството на Nova City с агенция за недвижими имоти iBROKERS позволява на компанията

непрекъснато да разполага с актуална информация и да следи пазара отблизо.

Nova City е на българския пазар от 2008 г. и до момента е инвестирала и реализирала успешни проекти в София и Бургас. Nova City е закупила и управлява парцели с обща площ почти 100 000 кв. м, отредена за над 250 000 кв. м. застроена площ. Няколко от проектите са вече завършени, а други са в процес на изграждане.

Nova City продължава да закупува парцели за жилищно строителство, изгражда жилищни сгради с най-добрите строителни компании на пазара и никога не отстъпва от високия стандарт, който си е определила!

Екипът, съставен от българи и чужденци, позволява на Nova City да подхожда към недвижимите имоти с иновативност и да удовлетворява нуждите и изискванията на българския пазар на недвижими имоти.

# NovaCity

## *Nothing but Excellence*

Nova City Group is an investment company focused on high quality residential and commercial projects realization in Bulgaria.

The Nova City team has a great international experience in entrepreneurship and construction. As owners of Neo City, a real estate investment company operating in Poland, Czech Republic, Romania and Hungary, the shareholders succeeded the successful practice and good market knowledge from all implemented projects up to now.

The company's principles are based on the symbiosis between building real estate and continuous learning, market research and development. The company relies on its own and external sources, whose purpose is to provide information on the latest trends in the market. The partnership of Nova City with the iBROKERS real estate agency allows the company to keep up-to-date information

and monitor the market closely.

Nova City has been on the Bulgarian market since 2008 and so far has invested and implemented successful projects in Sofia and Burgas. Nova City has bought and is developing plots of land with the total area of approximately 100 000 sq.m., which is planned for constructing of more than 250000 sq.m of built-up area. Several of the projects have already been completed and others are in construction phase.

Nova City continues to buy plots for housing, builds residential buildings with the best construction companies on the market and never succumbs the high standard it has set itself!

The team, made up of Bulgarians and foreigners, allows Nova City to approach real estate with innovation and to meet the needs and requirements of the Bulgarian real estate market.

*In short - we are not satisfied with anything but Perfection!*

# ВСИЧКИ СТРАХОВЕ

Сделката за активите на CEZ предизвиква политическа паника, която е трудно обяснима

Текст КАЛОЯН СТАЙКОВ / Фотография ОЛЕГ ПОПОВ

Никак не е лесно да се коментира сделката за активите на CEZ, просто защото само за няколко дни след обявяването ѝ българското правителство премина през най-различни, противоречащи си фази. Започна от "това е частна сделка, държавата няма да се меси". После постанови, че трябва да се извърши необходимата регулаторна проверка на сделката. След това стана ясно, че това е едва ли не някакъв заговор срещу правителството. Накрая се стигна до идеята правителството да влезе по някакъв начин в сделката. И после, седмица по-късно, същите тези министри, които бяха на среща с представители на "Инерком", изведнъж казват, че всъщност няма причина държавата да участва. Така и не стана ясно защо се създаде толкова сериозен политически шум около една наистина частна сделка? И какво точно цели държавата - дали извънреден контрол върху електро-

зпределението, дали просто да упражни надзорни функции, или да участва под някаква друга форма?

**КАКВИ ПОЛЗИ МОЖЕ ДА ИМА** от държавното участие в този бизнес? Мисля, че за ползи трудно може да говорим, но съм убеден, че ще има разходи и, най-вероятно, вреди.

Нека си припомним, че трите електроразпределителни дружества бяха държавни до 2004 година - и бяха в окаяно състояние. Загубите на енергия по мрежата бяха огромни. Прекъсванията на захранването бяха чести.

Тъкмо това бяха основните причини дружествата да бъдат приватизирани. И сега, след като частните компании ги взеха, изправиха ги на крака и инвестираха стотици милиони в модернизация на мрежата, изведнъж идва държавата и казва, че пак трябва да



Гинка Върбакова излиза от изслушването в парламента  
Ginka Varbakova leaves after the parliamentary hearing

има участие... Не е ясно защо, на какви основания. Нито пък е ясно с каква държавата сега е по-добра в сравнение с 2004 година.

**КАКВИ СРЕДСТВА ЩЕ СА НУЖНИ**, за да стане факт продажбата? Обикновено при такива сделки се обръща внимание само на покупната цена - в случая 320 милиона евро. Но се забравя, че към нея има доста задължения - търговски, към финансови институции. А понеже ЧЕЗ е публично дружество, необходими са и допълнителни средства за отправяне на търгово предложение към миноритарните акционери. Те може и да не го приемат, но е необходимо инвеститорът да разполага с тези пари. И след това започват чисто оперативните разходи, навече инвестиции за поддръжка и развитие на електропреносната мрежа. Защото не е достатъчно тя да остане на сегашното ниво. Предстоят доста сериозни промени в енергийния сектор и бъдещият инвеститор трябва да е подготвен за тях с адекватна инвестиционна програма.

**НЕВЕДНЪЖ ЧУХМЕ, ЧЕ ЧЕШКОТО ПРАВИТЕЛСТВО** има участие в CEZ, защо тогава българското да няма. Според мен сравнението с държавни компании в други страни никак не е удачно, защото някъде те работят добре, а другаде - не. В Чехия CEZ например се развива добре, навлиза и на други пазари, има вече доста сериозен международен профил. От друга страна, ние тук имаме компании като НЕК, които оперират само на вътрешния пазар и се справят доста зле - и по обективни, и по субективни причини. Добър пример е и БДЖ. Всъщност повече от половината компании, на които принципал е Министерство на икономиката, са в процедури по несъстоятелност. Тоест държавата у нас не е добър стопанин. Това не е субективно мнение: същото беше казано и от премиера, и от международните институции.

**ВСЕ ПАК ГОВОРИМ ЗА ДВЕ ДЕЙНОСТИ** - разпределение и снабдяване - които са изцяло регулирани, и има орган, Комисията за енергийно и водно регулиране, който има всички необходими инструменти да осъществява ефективен надзор. И да взема мерки, ако има проблем.

Но в случая не може регулаторът предварително да прогнозира - или да гледа звездите и да гадае - как точно ще бъде управлявано дружеството и дали има риск за снабдяването с електроенергия.

**КОЙ ЩЕ Е ГАРАНТЪТ ПО СДЕЛКАТА?** Банките по начало предпочитат да финансират нискорискови начинания с гарантирани парични потоци. Тази сделка изглежда като добра възможност в това отношение, именно защото говорим за стопроцентово регулирана дейност, при която прогнозируемостта при паричните потоци е доста висока. Рисковете около нея са основно три.

Първо, политическият - видяхме как само за седмица се създаде голям политически проблем, без обективно обяснение. И някои от банките, цитирани като възможни гаранции, започнаха да се оттеглят.

Вторият риск е свързан с работата на регулатора, но трябва да се отбележи, че този проблем беше на дневен ред го към 2015 година, след което работата на КЕВР се промени по доста осезаем начин - в добра посока.

Третата сериозна група рискове са законодателните, свързани с резки и непредвидими промени в регулациите. Видяхме, че вече се говори за нов законопроект, който би дал допълнителни пълно-

**ДЪЛГИ ГОДИНИ** електроразпределителните дружества бяха "добрият пример" в историята на българската приватизация. Раздържавени през 2004, те привлякоха международни инвеститори с добра репутация (германската E.ON, австрийската EVN и чешката CEZ Group) и донесоха солидни приходи на хазната. 14 години по-късно има изгледи нещата да се върнат там, откъдето тръгнаха. Решението на оттеглящата се от България CEZ да продаде бизнеса на слабоизвестното дружество "Инерком" на Гинка Върбакова предизвика политическа криза и дори открити призови сред управляващите държавата да участва в сделката и отново да влезе в електроразпределителния бизнес.

мощия на регулатора да спира или позволява сключването на подобри сделки.

**ВПРОЧЕМ ИЗЕНАДВАЩ** е самият факт, че има изненадани от тази сделка: в крайна сметка яснота около нея има още от началото на миналата година, когато стана ясно, че CEZ се оттегля. Единственото ново сега е, че има одобрен купувач. Точно оттам тръгнаха проблемите. Политици и от опозицията, и от управляващите започнаха едно заиграване със страховете на хората, че може да има проблеми със снабдяването с енергия. Това е необосновано.

**ЩЕ СЕ ПРОМЕНИ ЛИ ЦЕНАТА НА ТОКА?** По никакъв начин. Между двете

неща няма връзка. Цената на тока все още е изцяло регулирана, тя не зависи от това кой е собственик на електроразпределителното дружество.

КЕВР я определя и тя е заложена в бизнеспланове на предприятия от сектора, които се съгласяват задължително с регулатора. Нека още веднъж дебело да подчертаем: това е сектор със 100% регулация. И политиките да се тревожат, че може да има проблеми със захранването, е просто абсурдно. ■

*\* Коментарът на Калоян Стайков е направен в предаването "В развитие" Bloomberg TV Bulgaria*



Since 1979



Since 2016

## Beratungs- & Orga-Control AG

Nordstrasse 1

CH-6302 Zug

[boc@boczug.com](mailto:boc@boczug.com)

Blvd. Tottleben, 53-55

BG-1606 Sofia

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

### Our Services

- Setting up companies and fiduciary services
- Private Banking and exchange transactions network
- Moving to Switzerland
- Gold transactions
- Tax and auditing
- Representation / assignments abroad
- International Trade Platform



# THE SUM OF ALL FEARS

The transaction for the assets of CEZ caused a political panic, which is hard to explain

By KALOYAN STAYKOV / Photography OLEG POPOV

It is not at all easy to comment the transaction for the assets of CEZ, simply because in only a few days after its announcement the Bulgarian government went through various contradictory phases. It started from "this is a private transaction, the state will not intervene". Then it decreed that the necessary regulatory inspection of the transaction should be implemented. Then it became clear that it is almost as though being some kind of plot against the government. It finally ended up with the idea for the government to somehow enter the transaction. And then, a week later, the same ministers, who were at a meeting with representatives of "Inercom", are all of a sudden stating that in fact there is no reason for the state to participate. It never became clear why such a serious political uproar was created around a truly private transaction? And what precisely is the state aiming at - whether it is special control of the electricity distribution, or just to exercise control functions, or to participate in some other form?

**WHAT ARE THE BENEFITS THAT COULD RESULT** from the state participation in this business? I think that we can hardly speak of benefits, but I am convinced that there will be expenses, and most likely, damage. Let us remember that the three electricity distribution companies were

state-owned until 2004 - and were in a wretched state. The energy losses through the grids were huge. The interruptions to the power supply were frequent.

These were precisely the reasons due to which the companies were privatized. And now, after the private companies took them, helped them get on their feet again and invested hundreds of millions in modernizing the network, suddenly the state comes and says that it once again has to have participation... It is not clear why, on what grounds. Nor is it clear with what is the state better now as compared to what it was in 2004.

**WHAT FUNDS WILL BE NECESSARY**, in order for the sale to become a fact? Usually with such transactions the focus is put only on the purchase price - in this case 320 million EUR. But it is being forgotten that that there are many obligations with it - trading, to financial institutions. And due to the fact that CEZ is a public company, additional funds are also necessary for making a tender proposal to the minority shareholders. They may not accept it, but it is necessary for the investor to have this money at its disposal. And after that the purely operative costs start, mostly investments for maintenance and development of the electricity ►



**SOFIA HOTEL  
BALKAN  
SOFIA**

**THE  
LUXURY  
COLLECTION**



Sofia Hotel Balkan was built in 1956 as part of a new architectural trend: a fusion of classical design and lavish décor, redefining the concept of space. The iconic building of Sofia Hotel Balkan is part of the President's Palace complex and beneath its foundations lies a historical Roman fortress, the remains of which can be seen all around the hotel.



5 Sveta Nedelya Square, Sofia 1000, Bulgaria  
T 359 2 981 6541 F 359 2 980 6464 E [reservation@sofiabalkan.net](mailto:reservation@sofiabalkan.net)  
[www.sofiabalkan.net](http://www.sofiabalkan.net) [www.luxurycollection.com/Sofia](http://www.luxurycollection.com/Sofia)

► grid. Because it is not enough for it to remain at the present level. Quite serious changes in the energy sector are forthcoming and the future investor must be prepared for them with an adequate investment programme.

**WE HAVE MORE THAN ONCE HEARD THAT THE CZECH GOVERNMENT** has a participation in CEZ, why the Bulgarian one not to have such as well. In my opinion the comparison with state-owned companies in other countries is not at all appropriate, because at some places they are working well, and at other they are not. In the Czech Republic CEZ for example is developing well, it is entering other markets as well, it already has a very serious international profile. On the other hand, here we have companies such as the National Electricity Company, which are operating only on the internal market and are managing quite badly - due to both objective and subjective grounds. A good example for that is BDZ (Bulgarian State Railways). In fact more than half of the companies, the principal of which is the Ministry of Economy, are under bankruptcy proceedings. That is to say the state in our country is not a good proprietor. This is not a subjective opinion: the same thing was said by both the Prime Minister and the international institutions.

**WE ARE HOWEVER SPEAKING OF TWO ACTIVITIES** - distribution and supply - which are entirely regulated, and there is a body, the Energy and Water Regulatory Commission (EWRC), which has all the necessary instruments for implementing an effective supervision. And to take measures, in case there is a problem. But in this case it is not possible for the regulator cannot prognosticate beforehand - or to watch the stars and predict the future - how precisely will the company be governed and whether there is a risk for the electricity supply.

**WHICH ONE WILL BE THE GUARANTOR WITH REGARD TO THE TRANSACTION?** Banks in general prefer funding low risk undertakings with guaranteed cash flows. This transaction seems like a good opportunity in this respect, exactly because we are speaking of a one hundred

**FOR MANY YEARS** the electricity distribution companies were the "good example" in the history of Bulgarian privatization. Denationalised in 2004, they attracted international investors of good repute (the German E.ON, the Austrian EVN and the Czech CEZ Group) and brought substantial revenue to the treasury. 14 years later it is likely that things would return to where they were when they started. The decision of the withdrawing from Bulgaria CEZ to sell the business to the little-known "Inercom" company of Ginka Varbakova caused a political crisis and even open calls among the parties in office for the state to participate in the transaction and to once again enter into the electricity distribution business.

per cent regulated activity, with which the predictability of the cash flows is quite high. The risks surrounding it are mainly three.

Firstly, the political one - we saw how in just a week a big political problem was created, without any objective grounds. And some of the banks, cited as possible guarantors, began to withdraw.

The second risk is connected with the work of the regulator, however it should be noted that this problem was relevant up until 2015, after which the work of the EWRC changed in quite a tangible way - in a good direction.

The third serious group of risks is the legislative one, connected with sudden and unpredictable changes in the regulations. We saw that there is already talk of a new bill, which

would give additional powers to the regulator for stopping or permitting the concluding of such transactions.

**BY THE WAY WHAT IS SURPRISING** is the very fact that there are people surprised at this transaction: ultimately there is clarity with regard to it since as early as the beginning of the last year, when it became clear that CEZ is withdrawing. The only new thing now is that there is an approved buyer. That is precisely where the problems started from. Politicians both from the opposition and from the parties in office began a playing around with people's fears that there may be problems with the energy supply. This is unfounded.

**WILL THE PRICE OF ELECTRICITY CHANGE?** Not by any means. There is no connection between the two things. The price of electricity is still fully regulated; it does not depend on who is the owner of the electricity distribution company. The EWRC is determining it and it is laid down in the business plans of the enterprises in the sector, which are obligatorily coordinated with the regulator. Let us one again stress strongly: this is a sector with 100% regulation. And the politicians worrying that there may be problems with the supply, is simply absurd. ■

*\* The commentary by Kaloyan Staykov was made in the "In development" broadcast Bloomberg TV Bulgaria*



# 2017: ПО-МАЛКО, НО ПО-ГОЛЕМИ ПРИДОБИВАНИЯ

## M&A IN 2017: LESS BUT LARGER

Броят на по-големите придобивания и сливания в нашия регион е намалял с 2.8% през 2017 година в сравнение с 2016, но за сметка на това общата стойност на сделките се е увеличила, показва годишното проучване M&A Barometer на EY (Ernst & Young). То обхваща 11 гържави от Централна и Югоизточна Европа, от Полша до Турция.

**ОТЧЕТЕНИТЕ СДЕЛКИ** в региона са 1 132, като най-много се падат на Полша, Чехия и Турция. В 47% от случаите купувачът и придобиваната компания са от една и съща държава.

В шест от страните - България, Унгария, Полша, Румъния, Сърбия и Словения - броят на сделките расте (в България - до общо 40, при 33 предната година). Лекият спад в общия брой е най-вече заради значителното намаляване на обема в Турция (-37.4% на годишна база).

**ОБЩАТА СТОЙНОСТ** на придобиванията в региона се изчислява на 50.9 милиарда щ. долара, с 6.6% повече спрямо 2016. Полша води по този показател с транзакции за 13.8 милиарда, следвана от Чехия (11.5 млрд.) и Турция (7.7 млрд.). Най-сериозен ръст отчитат Сърбия и Словения. Сделките в България се увеличават до 2.2 млрд. долара, спрямо 0.7 милиарда през 2016.

**НЕДВИЖИМИТЕ ИМОТИ** са били най-активният сектор по брой сделки - 161, или общо 14% от всички. Следват производството (135 сделки) и ИТ (126).

**ИНАЧЕ НАЙ-ГОЛЯМАТА СДЕЛКА** в България за периода е придобиването на Обединена Българска Банка от белгийската KBC Group за 638 млн. щатски долара. То се нарежда и сред шестте най-големи транзакции в целия регион. В тази класация начало е покупката на турския бизнес на OMV от холандската Vitol Investment за 1.44 млрд. долара.



The number of large acquisitions and mergers in our region decreased by 2.8% in 2017 compared with 2016, but the total value of transactions has increased 6.6%, the annual EY (Ernst & Young) M&A Barometer shows. It analyses the prevailing trend in 11 Central and Southeast European countries, from Poland to Turkey.

**THE TOTAL NUMBER OF** transactions in the region was 1,132, the largest share being accounted for by Poland and the Czech Republic. In 47% of all deals, the buyer and the target originated from the same country. Six of the countries - Bulgaria, Hungary, Poland, Romania, Serbia and Slovenia - experienced increased number of transactions (in Bulgaria - 40 compared to 33 in 2016). The slight decrease was mainly caused by the significant drop in the volume of deals in Turkey (-37.4% on a year-to-year basis).

**THE TOTAL ESTIMATED** transaction value in

the CSE market was US\$50.9b, 6.6% higher than in the previous year. Poland ranked first with an estimated value of US\$13.8b, followed by the Czech Republic (US\$11.5b) and Turkey (US\$7.7b). Serbia and Slovenia experienced the highest growth in 2017. Transactions in Bulgaria increased to \$2.2b, compared with 0.7b an year before.

**THE REAL ESTATE SECTOR** was the most active target industry (by number of transactions), amounting to 161 deals and 14% of all transactions in 2017. It was followed by Manufacturing (135 deals) and IT (126).

**OTHERWISE THE BIGGEST DEAL** in Bulgaria for the period was the acquisition of United Bulgarian Bank by the Belgian KBC Group for \$638 million, one of the top 10 transactions in the entire region. The list is headed by the acquisition of OMV's Turkish business by Dutch Vitol Investment for \$1.44 billion.

Are you brave enough to take on a giant?

Find out how EY can help your business grow from local to global.

EY/accelerating growth #BetterQuestions  
EY | Assurance | Tax | Transactions | Advisory



EY

Building a better working world

■ ■ ■  
The better the question. The better the answer.  
The better the world works.

A photograph of three business professionals (two men and one woman) standing on a modern, multi-level staircase with glass railings in a bright, contemporary office environment. They are dressed in business attire and appear to be in conversation.

# МОЯТ ДОМ Е МОЯТА... БАНКОВА СМЕТКА

Чуждестранните капитали и ниските лихви по депозитите тласкат имотния пазар нагоре

Текст КАЛИН НИКОЛОВ / Фотография SHUTTERSTOCK

**Б**ългария рядко се оказва по върховете на глобалните икономически класации, особено от позитивната им страна. Но през 2017 именно на нея се пада най-големият глобален ръст на инвестициите в недвижими имоти - цели 153%, ако се вярва на годишния доклад на консултантите от Cushman&Wakefield (при общ обем 856 млн. щатски долара). По този показател България е далеч пред Виетнам (94%), Индонезия (87%) и Аржентина (86%). За сравнение съседна Гърция отчита спад от 67 на сто.

**ИНВЕСТИЦИОННИЯТ ДЯЛ** от пазара гони милиард евро според данните на Colliers International (957 млн. евро), и е достигнал най-високите си нива от цяло десетилетие насам. Пазарът на офис площи е пораснал с цели 55%, отбелязва изпълнителният директор на компанията Иглика Йорданова. При това за пръв път от началото на кризата международните играчи на пазара взимат превес над местните. Разбира се, това до голяма степен се дължи на отделни по-мощни сделки, като например покупка-

та на три от най-големите молове в София от южноафрикански фондове. Но все пак то е отражение на една глобална тенденция.

**С МИНИМАЛНИ ИЗКЛЮЧЕНИЯ**, световният имотен пазар върви уверено нагоре. Американският най-после се съвзе след кризата. Сгромолясалите се преди време Испания и Ейре растат рекордно. В страни като Великобритания и Австралия растежът е постоянен от години. Разбира се, това е очаквано явление по време на възходящ икономически цикъл. Нов е обаче основният двигател на този растеж - търсене, което идва отвън. Най-големият фактор в това е Китай, откъдето по някои изчисления за последните 4 години са изтекли над 1.5 трилиона долара. Значима част от тези пари са вложени в недвижими имоти. Само в САЩ по пресмятания на няколко агенции китайски купувачи са придобили имоти за 27 милиарда долара през 2016 година. Самите американци все по-активно търсят дом зад граница (тласкайки нагоре пазари като Нова Зеландия например). Руснаци продължават да купуват из Европа, като се започне от Лондон

и се приключи със Свети Влас.

**НА БЪЛГАРСКИЯ ПАЗАР** приливът на пари отвън има и друго измерение: като първи симптом за завръщането на част от напусналите страната още през 90-те години имигранти. "Има големи групи българи, работещи в чужбина, които търсят у нас жилище за инвестиция", отбелязва Бойко Бойков, президент на FIABCI България, пред Bulgaria ON AIR. "Това са включително хора в предпензионна възраст, които са работили дълго навън, натрупали са капитал и имат желание да прекарат остатъка от живота си на родна земя. Те търсят едновременно и инвестиция, и място за живеене. Това са хора от Западна Европа, от САЩ, от целия свят - по същество първата вълна емигранти от 90-те години.

Има и немалобройна група от западноевропейци, които откриват в момента България като спокойно място с високо качество на живот. Ние, живеейки тук, обикновено не виждаме нещата по същия начин, но тези хора с по-трезв поглед отвън откриват много причини да дойдат в България: евро-



пейско качество на живота, ниски цени, хубава природа, ниска престъпност...".

**ПАЗАРЪТ НА ЖИЛИЩА** се движи и от други фактори, разбира се: продължаващата урбанизация, най-вече в посока София, а също и ниските банкови депозити, които подтикват много хора да влагат парите си в имоти. Показателно е, че в луксозния сегмент сделките с банково финансиране са едва между 2 и 5 на сто, според оценките на различните брокери. В останалите случаи става дума за клиенти със свободен капитал, които те са предпочели да не влагат в банките.

Повечето анализатори са категорични, че тези фактори ще продължат да тласкат пазара нагоре и в следващите години. Особено при все по-намаления брой неразработени добри парцели в София и другите големи градове. За съжаление този дефицит в съчетание с растящите цени отново отваря апетитите към злоупотреби, застрояване на зелени площи и всякакви други позабравени гледки от строителния бум преди десетилетие. Някои експерти предупреждават, че и подготовяните промени в някои закони, като тези за устройството и застрояването на София, ще отворят нежелани вратички и ще позволят строи-

телство в градинките. Кметът на община Младост дори настоя за президентско вето върху новия норматив.

**ОТ ГОДИНИ СПЕЦИАЛИСТИ** настояват, че София трябва да се развива в ширина, вместо да се презастрояват вече съществуващите квартали. Но инвеститорите не изглеждат особено ентусиазирани от тази идея - отчасти, защото това би означавало да харчат допълнително за инфраструктура, и отчасти, защото се тревожат дали евентуалните нови квартали ще са атрактивни за клиентите. "Да се развива градът в ширина означава в посока към "Ботевградско шосе", Кремиковци, Кривина, Люлин, Лозен, Казичене", обяснява Бойко Бойков. "За съжаление това са райони, които навремето са планирани и разработвани като по-индустриални и ниско бюджетни. Не коментирам правилно или не е било това... На пазара просто има зони и квартали, които са с по-добро име - без да има големи основания за това. Например, никога не е правено изследване за разликите в качеството на живот в Бояна и Драгалевци, сравнени с Герман, Лозен, Панчарево и Горна баня. Просто хората понякога харесват тези места повече заради популярността им". ■



## TRADE INDUSTRIAL PARK „LOMSKO SHOSSE„, SOFIA

REGULATED PLOT: 62 387 sq.m

FACE ON BLVD.  
„LOMSKO SHOSSE„: 200 m.

DESIGN VISA  
DENSITY: 60%  
Kint: 1.2

PRICE: 90 euro/sq.m

Regulated plot suitable for investment in building of a commercial-logistic park, located on Lomsko Shosse Blvd., close to the Ring Road, which has become one of the largest exit arteries of the capital next to the cloverleaf of the Ring Road and 900m from "Lomsko shosse" subway station. Moreover, nearby are located a number of administrative-commercial and logistic buildings of large Bulgarian and foreign companies. A design visa has been issued for projecting commercial buildings, warehouses, offices and harmless production.

# My Home Is My... Bank Account

The foreign capital and the low interest rates on deposits are pushing the property market upward

By KALIN NIKOLOV / Photography SHUTTERSTOCK

**B**ulgaria rarely tops the global economic rankings, especially at their positive side. But in 2017 it is precisely it, which has the largest global growth in real estate investment - a whole 153%, if we are to believe the annual report of the consultants from Cushman&Wakefield (with a global volume of 856 million USD). In view of this indicator Bulgaria is far ahead of Vietnam (94%), Indonesia (87%) and Argentina (86%). In comparison neighbouring Greece is reporting a decrease of 67 per cent.

**THE INVESTMENT SHARE** of the market is nearly a billion Euros according to Colliers International's data (957 million EUR), and has reached its highest levels since an entire decade. The office premises market has grown by a whole 55%, the Executive Director of the company Iglia Yordanova noted. Furthermore for the first time since the beginning of the crisis the international players on the market are gaining the upper hand over the local ones. Of course this is to a large extent due to separate larger scale transactions, such as the purchasing of three of the largest malls in Sofia by South African funds. But yet it is reflecting a global trend.

**WITH MINIMUM EXCEPTIONS**, the world property market is confidently going upwards. The American one finally recovered after the crisis. The collapsed some time ago Spain and Ireland are growing at a record pace. In countries such as Great Britain and Australia the growth is permanent since years. Of course, this is an expected occurrence during an ascending economic cycle. The motive force of this growth though is a new one - a demand, which is coming from abroad.

The biggest factor in this is China, over 1.5 trillion dollars having flown out of it according to some estimates during the last 4 years. A significant part of this money has been invested in real estate. In the USA alone according to several agencies' calculations Chinese purchasers have acquired property worth 27 billion dollars in 2016. The Americans themselves are ever more actively seeking a home abroad (pushing

upwards markets such as New Zealand for example). Russians are continuing to purchase throughout Europe, from London to Sveti Vlas.

**ON THE BULGARIAN MARKET** the influx of money from abroad has another dimension as well: as a first symptom of the returning of part of the immigrants who had left the country as early as the 90s. "There are large groups of Bulgarians, working abroad, who are looking at home for a dwelling for investment", Boyko Boykov, President of FIABCI Bulgaria notes in front of Bulgaria ON AIR. "This includes people close to retirement, who have been working abroad for a long time, who have accumulated capital and wish to spend the rest of their lives in their home country. They are looking for an investment and a place to live at the same time. These are people from Western Europe, from the USA, from the entire world - basically the first wave of immigrants from the 90s. There is also a considerable group of western Europeans, who are at the moment discovering Bulgaria as a calm place with a high quality of life. We, by living here are usually not seeing things in the same way, but these people with a more sober outlook from the outside are finding many reasons to come to Bulgaria: a European quality of life, low prices, beautiful nature, low crime rate..."

**THE HOUSING MARKET** is, of course, driven by other factors as well: the continuing urbanisation, mostly directed towards Sofia, and also the low bank deposits, which are stimulating a lot of

people to invest their money in property. It is a telling sign that in the luxury segment the deals with bank funding are only between 2 and 5 per cent, according to the assessments by the various brokers. In the other cases we are speaking of clients with free capital that they chose not to invest in the banks.

Most analysts are explicitly stating that these factors will continue to push the market upward in the years to come as well. Especially with the ever decreasing number of undeveloped parcels in Sofia and the other big cities. Unfortunately this deficit, in combination with the growing prices is once again exciting the appetites for misuse, building up of green spaces and all kinds of other slightly forgotten vistas from the construction boom a decade ago. Some experts are warning us that the changes being prepared in some laws, such as the one on the planning and development of Sofia will also open up unwanted loopholes and will permit construction in the gardens. The mayor of the Municipality of Mladost even insisted on a Presidential veto over the new norm.

**SINCE YEARS SPECIALISTS** have been insisting that Sofia should develop in width, instead of overbuilding the already existing neighbourhoods. But the investors do not seem very enthusiastic about this idea - partly, because this would mean for them to spend additionally for infrastructure, and partly, because they are worrying if the eventual new neighbourhoods will be attractive to the clients. "Developing the city in width means in a direction towards "Botevgradsko shose", Kremikovtsi, Krivina, Lyulin, Lozen, Kazichene" Boyko Boykov explains. "Unfortunately these are regions that were back in the day planned and developed as more industrial and low-budget ones. I am not commenting if this was right or not... There are simply zones and neighbourhoods on the market which have a better reputation - without there being serious grounds for that. For example, a study has never been implemented of the differences in the quality of life in Boyana and Dragalevtsi, compared with German, Lozen, Pancharevo and Gorna banya. Simply people sometimes like these localities more due to their popularity". ■





## ЖИВОПИСНО ИМЕНИЕ В СЪРЦЕТО НА БЪЛГАРИЯ

## SPECTACULAR HIDEAWAY IN THE HEART OF BULGARIA

В екологично чистия район до Трявна, в близост до туристически дестинации, откриваме този райски имот, разгърнат върху площ от над 100 дка. Имението разполага с множество стаи за гости в шест реставрирани постройки с над 1000 кв.м. РЗП, със запазен исторически дух, открит басейн и барбекю кът. Зеленчукова градина с оранжерия и над 50 овощни дървета осигуряват местни продукти и храни. Две постройки подслоняват селскостопански животни през цялата година.

In the ecologically clean area of Tryavna, near popular tourist destinations, you can find this paradise property, with lands of over 10 ha. The mansion has multiple guest rooms in six restored historical buildings with more than 1000 sqm. build up space, an outdoor pool, a barbecue area, game room and many more features. A vegetable garden with a greenhouse and over 50 fruit trees provide local products and food. Two buildings are housing farm animals throughout the year.

Find more on [UES.bg](http://UES.bg) / Ref. ID: 9049

+359 882 600 600 / гр. София / бул. Патриарх Евтимий 17 / [www.UES.bg](http://www.UES.bg)

Цена / Price: € 875,000



# ГОЛЯМАТА ЯГОДОВА ИЗМАМА

Една шепа слабоизвестни компании държат световния пазар на аромати и синтетични вкусове

Текст ВАЛЕРИ ЦЕНКОВ / Фотография SHUTTERSTOCK

**О**бзалагаме се, че всеки от вас е чувал имената на Nestlé, PepsiCo, Coca-Cola, Unilever, Danone. Световните гиганти в хранителната промишленост контролират над половината от всички хранителни продукти на планетата.

Говорят ли ви нещо обаче имената Givaudan, Firmenich, IFF, Symrise, Takasago? Не? Имайте предвид, че без имената от втория списък тези от първия не биха могли да съществуват.

**ТЕЗИ ПЕТ КОМПАНИИ СА ТАЙНАТА** сила, която присъства в почти всеки дом на всеки континент. Без тях съвременният свят щеше да е без вкус и аромат. Те са, разбира се, лидерите в производството и разработването на синтетични вкусове и аромати.

С ускореното размножаване на човечеството и със замозването на цели региони от света, които доскоро караха с "купичка ориз" дневно, бизнесът с храните става все по-изгоден. И започва постепенно да привлича дори организираната престъпност, примерно онази ѝ част, която досега се занимаваше с наркотици.

**ИЗМАМИТЕ СТАВАТ ВСЕ ПО-ЧЕСТИ.** Миналата година Europol загържа 22 тона гългозърнест ориз, който се продавал като много по-скъпия „басмати“. Английската полиция залови в Съсекс 2500 бурканчета с мед, които обаче съдържали само гъст глюкозен сироп. Друга много популярна измама е продажбата на евтина бяла риба за по-скъпи видове - подмяната е трудна за установяване, след като рибата е филирана и панирана. Други фалшифицират скъпия маслинов зехтин с евтина соево олио.

По данни на Европейския орган за безопасност на храните (European Food Safety Authority - EFSA), през 2017 са били регистрирани 1538 случая на опити за измами с хранителни продукти. Организираните престъпни банди инвестират масирано в машини, суровини и работна сила за производство на фалшиви стоки. „Част от престъпниците, които преди се фокусираха върху наркотиците, сега се прехвърлят към храните“, коментира Крис Ванстийнкисе от Европол.

**ИМА ДВЕ МНОГО ДОБРИ ПРИЧИНИ** за това. Броят на наркоманите в ЕС спада, докато консуматорите на храна се увеличават. А и присъдите за фалшифициране на храни са в пъти по-малки, отколкото за наркотрафик например. При фалшифициране на DVD с филм или музика престъпниците може да получат до 10 години затвор. При фалшивите храни присъдите са обикновено от 6 до 12 месеца. Пък и тези престъпления се разследват трудно. Холандия има 110 щатни полицаи, които се занимават само с тях. Но във Великобритания няма нито един.

При това положение не е чудно, че престъпниците все по-уверено навлизат в сектора на храните. В края на януари например бяха заловени 200 мафиоти от прословутата калабрийска престъпна организация 'Ndrangheta, които търгували с фалшиви продукти и напитки в Италия и Германия.

**ДОТУК ГОВОРИХМЕ САМО ЗА** грубите измами и фалшификации. Споменатите в началото пет компании се занимават с друго: те осигуряват технологичното средство хранителните гиганти да ни продават силно обработените си продукти. Съвременните методи на дистрибуция изискват няколко неща, които не са по силите на традиционното селско стопанство: огромни количества с еднako качество, за да се продават от търговските вериги, ниска цена, за да има печалба за инвеститорите в тези вериги, и колосална трайност, за да могат да се транспортират спокойно по цял свят. За да се изпълнят тези три условия, храните се подлагат на все по-сериозна химическа обработка. Проблемът е, че при нея напълно загубват и наченките на вкус. И тогава на сцената излизат увеличителите на ароматите.

**В КОКЕТНОТО ШВЕЙЦАРСКО ГРАДЧЕ ВЕРНИЕ**, на Женевското езеро, на идиличната "Селска улица" (Rue de Village), се намира централата на Givaudan. Тази компания, създадена през 1895 от химика Ксавие Живоган, днес има годишни приходи от над 4 милиарда евро и държи 25% от този сектор. Малцина дори са чували името ѝ - но почти няма човек на планетата, който поне веднъж дневно да не усеща



В уста-  
та а т а  
си Вкуса  
на нейните  
творения.

В съседна Же-  
нева пък е цен-  
тралата на ком-  
пания номер 2 в този  
бизнес - Firmenich SA. Тя  
е прочута най-вече като съз-  
дател на синтетичните вкусове  
на ягоди, малини и цитруси. А през  
1939 тогавашният директор на компания-  
та Ладислав Ружичка получава Нобелова награда за  
химия за своите постижения, довели между другото и до синте-  
зирането на вкусове като канела, евкалипт, джинджифил и пр.

**В МАНХАТЪН, В САМОТО СЪРЦЕ** на Ню Йорк, се намира фасата от  
розов гранит с тъмни, непрогледни стъкла. Няма да ви впечатли,  
защото отпред липсват обичайните за квартала скъпи лимузини, а  
има само скромна рампа за камиони. Дискретният надпис на сгра-  
дата гласи IFF (International Flavors & Fragrances). Тази компания се  
намесва в ароматите на всичко, което американците ядат - от  
супите, през пицата, до сладоледа.

В Германия пазарът се контролира от компанията Symrise, създа-  
дена от химика г-р Вилхелм Хаарман и фризьора Карл Гербердинг.  
Д-р Хаарман поставя началото, като изобретява начин Вкусът на  
ванилия да се синтезира от кора на смърч. И обезмисля скъпите  
търговски пътувания до Мадагаскар за набавяне на оригинала.

Между другото това, че едва ли сте чували за споменатите компа-  
нии, не е случайно. Те старателно се обвиват в тайнственост, за  
да опазят търговските си тайни. Много рядко в централите им са  
влизали посетители, камо ли журналисти. В кодекса за фирмена лоял-  
ност на IFF изрично е записано, че „мълчанието и дискретността“ ►



► са задължителни. Същото важи и за фирмите в Европа. Не са тайна единствено оборотите, оповестявани, за да привлечат инвеститори. Givaudan например се хвали с 6.7% покъпване на акциите през 2017, 5.7% ръст на продажбите и цели 21% ръст на печалбата преди данъчно облагане. Компанията постоянно завоюва нови пазари и миналата година откри офиси в Сингапур и Китай.

**ТЪРСЕНЕТО, ЕСТЕСТВЕНО, Е ОГРОМНО.** Според данни на Bloomberg всяка година на пазарите на Европа и Америка се появяват по 10 000 нови хранителни продукти, а само в Япония са близо 2000. Около половината от тях не успяват да се наложат и отпадат от търговската мрежа. Според The Economist в рекламната индустрия повече пари се въртят в рекламирането на храните, отколкото на автомобилите.

Впрочем не става дума само за храна. Харесвате ли аромата на парфюмите Gicci и Boss? Те също се създават в лабораториите на Givaudan! Или предпочитате уханията на Donna Karan, Calvin Klein, Ralph Lauren, без изобщо да погодирате, че без прекурсори на IFF те изобщо нямаше да съществуват.

Американският концерн също така е световен лидер в производството на продукти, които се използват в реномираните магазини, за да насърчават хората повече да купуват – т. нар. "арома маркетинг". Информацията, която възприемаме чрез обонянето, оказва най-бързо и непосредствено влияние при вземането на решения, в сравнение със слуха и зрението. Хранителните магазини увеличават обема на продажби, като наситят въздуха с аромат на току-що изпечен хляб, мебелните магазини стимулират покупки с аромат на хвойна, а туристически фирми предлагат екскурзии в екзотични страни, като използват гъх на море и тропически плодове. Клиенти на IFF в тази област са текстилни гиганти като Benetton и Zara, хотелски вериги като Hilton, Novotel, Sofitel...

**GIVAUDAN АРОМАТИЗИРА** продукти като Nesquik и Muesli на Nestlé, детските лакомства на Ferrero като Kinder Pingui. Аромати и вкусове ползват Gallina Blanca, Kellogg's, Knorr... Дори толкова мощните и все по-предпочитани „биопродукти“ не могат да останат извън този свят. Без тайнствените прахчета храните биха били непродаваеми и непопулярни, защото те са необходими „за да маскират“ (според терминологията на IFF) неприятните странични миризми или пълната липса на аромат.

В същото време модерното земеделие създаде домати, картофи, карфиол, патладжан, които трябва да отговорят най-вече на изискванията на търговците – да са трайни, бързорастящи, бързооборотни, а вкусът остава на заден план. Той може да се добави



"Според данни на Bloomberg всяка година на пазарите на Европа и Америка се появяват по 10 000 нови хранителни продукти"

после.

Спрочем германската потребителска агенция Stiftung Warentest твърди, че в „Пилешката супа с фиде“ (Chicken noodle soup) на Knorr се съдържа само 2 грама „сухо пиле“ под формата на гранули, което отговаря на 7 грама истинско пилешко месо. Да направите цяла супа от 7 грама месо, и то на цена под 1 евро, изглежда удивително постижение. Но би било по-честно резултатът да се нарича не „пилешка супа“, а „бульон с подсилен вкус на растителни мазнини и йодирана сол“. Но и името е изкуствено подправено, също като вкуса.

**АРОМАТИЗИРАНЕТО НЕ ПОДМИНАВА** и продукти като хляба. Във Франция, недалеч от Лион, е базирана фирмата Philibert Savours. Тя продава магическата субстанция Phil XN, която позволява „само с една щипка“ да превърнете всяко тесто във вкусна френска багета.

Белгийската фирма Stiernon предлага на пазара своя премиум продукт Oxylent, който магически превръща всяко евтино вино в скъпа лимитирана серия от гъбова бъчва. Само 4 грама от субстанцията са достатъчни за 100 литра. Oxylent продава

много добре във Франция, Испания, Италия, Португалия, Австралия, САЩ, Чили, Аржентина, Южна Африка, Нова Зеландия... тоест във всички най-големи производители на вино. Досещате се, че списъкът с клиентите на Stiernon е „top secret“.

**ПОНЯКОГА Е НАПРАВО ИЗУМИТЕЛНО** колко малко количество ароматизатор или овкусител е нужно, за да преобрази един продукт. Например 2-ацетил-1-пиридин, който дава вкуса на белия хляб и на басмати ориза, прави чудеса в доза от само 70 милионни части от грама на килограм. Или веществото ментентиол, което при доза от 2 милиардни от грама (0.000000002) на литър ще ви създаде усещането, че пиете най-свежия сок от грейпфрут. Да не говорим за „филбертон“ - добавката, която придава на киселото мляко вкуса на лешник, при съотношение 5 милиграма на... 1 милион литра.

Но въпреки тези нищожни количества търговията с подобни субстанции само в Европейския съюз миналата година е надхвърлила 3.6 милиона тона. И продължава да расте средно с 4-5% годишно. По данни на EFSA, ако на ден поглъщаме по 1 kg храна, поне 400 g от нея е от епруветка.

Ето ви най-хубавия пример за десерт. Днес господстващият вкус в тази област е на ягодите: в сладкиши, торти, млека. Само че по данни на Световната търговска организация цялата глобална реколта от тези плодове едва би стигнала да задоволи... 6% от консумацията на продукти с ягодов вкус само в Европа. Откъде идва останалото? Вече знаете. ■



We place the airport in the traveler's heart

 **Fraport**  
Bulgaria

[www.varna-airport.bg](http://www.varna-airport.bg)  
[www.burgas-airport.bg](http://www.burgas-airport.bg)





# THE BIG STRAWBERRY FRAUD

A handful of little known companies control the global market for synthetic fragrances and flavours

By VALERI TSENKOV / Photography SHUTTERSTOCK

I'm sure everyone has heard the names of Nestlé, PepsiCo, Coca-Cola, Unilever, Danone. The global giants in the food industry control over half of all food products on the planet.

But do the names Givaudan, Firmenich, IFF, Symrise, Takasago mean anything to you? No? Keep in mind that without the names in the second list, those in the first could not exist.

**THESE FIVE COMPANIES ARE THE SECRET** force that is present in almost every home on every continent. Without them, the modern world would have no flavour or fragrance. They are, of course, the leaders in the production and development of synthetic fragrances and flavours.

The population boom and the increased prosperity of entire regions of the world where not so long ago people subsisted on a "bowl of rice" a day, are making the food business more profitable. And it is gradually starting

to attract even organised crime, for example that part which previously focussed on drugs.

**FRAUDS ARE BECOMING MORE FREQUENT.** Last year, Europol seized 22 tonnes of long-grain rice, which was sold as the much pricier Basmati. In Sussex in the UK, the police discovered 2,500 jars of honey that contained nothing but sugar syrup. Another popular scam is to sell a cheap species of white fish for a pricey one – the fraud is hard to spot once the fish has been flaked, breaded and fried. Others dilute expensive olive oil with low-cost soybean oil.

According to data of the European Food Safety Authority (EFSA), 1,538 attempted food frauds were reported in 2017. Organised criminal gangs invest heavily in machinery, raw materials and labour to produce fake goods. "Some crooks who once focused on drugs have switched to food," says



**THE GIVAUDAN HEADQUARTERS** are located on the idyllic Rue de Village in the quaint Swiss town of Vernier, on Lake Geneva. This company, founded in 1895 by the chemist Xavier Givaudan, now boasts an annual revenue of more than 4 billion euros and controls 25% of this sector. Few have even heard its name, but there's hardly anyone on the planet who does not taste its flavours at least once a day.

Neighbouring Geneva houses the headquarters of company number two in this business - Firmenich SA. It is known mainly for making the synthetic flavours of strawberries, raspberries and citrus fruit. Back in 1939, the then director of the company, Leopold Ružička, won the Nobel Prize in Chemistry for his achievements which, among other things, led to the synthesis of flavours such as cinnamon, eucalyptus and ginger.

**IN MANHATTAN, IN THE VERY HEART** of New York, there is a building with a pink granite façade and dark windows. It won't impress you because instead of the expensive limousines typical of the area, you will only see a modest truck loading platform outside it. The discreet sign reads IFF (International Flavours & Fragrances). This company is involved in the flavours of anything the Americans eat – from soups to pizzas and ice-cream.

In Germany, the market is controlled by Symrise, founded by chemist Dr. Wilhelm Haarmann and hairdresser Carl Gerberding. Dr. Haarmann set the beginnings by inventing a way to synthesise the flavour of vanilla from spruce bark. Expensive trips to Madagascar to get the original were no longer necessary.

The fact that you have probably never heard of the said companies is not surprising. They deliberately veil themselves in mystery to protect their trade secrets. Their headquarters rarely welcome visitors, let alone journalists. The IFF corporate loyalty code explicitly states that "silence and discretion" are mandatory. The same applies to companies in Europe. Only turnovers are announced to attract investors. Givaudan, for example, boasted a 6.7% rise in shares in 2017, a 5.7% sales growth and a 21% increase in pre-tax profit. The company is constantly winning new markets and last year opened offices in Singapore and China.

**DEMAND, NATURALLY, IS ENORMOUS.** According to Bloomberg, 10,000 new food products appear each year in the markets of Europe and America; in Japan alone they are almost 2,000. About half of them fail to take hold and drop from the market. According to The Economist, more money now goes into advertising food than cars.

In fact, it's not all only about food. Do you like the fragrance of Gucci or Boss perfumes? They, too, are created in the Givaudan laboratories! Or do you prefer the scents of Donna Karan, Calvin Klein, Ralph Lauren, without even suspecting that without the IFF precursors they would never exist.

The US concern is also world leader in making products that are used in reputable stores to encourage people to buy more – the so-called "aroma marketing". The information we perceive through our sense of smell has the fastest and immediate influence on decision-making, compared to hearing and vision. Food stores increase sales by saturating the air with the aroma of freshly baked bread, furniture stores stimulate sales with the smell of juniper, and travel companies offer excursions to exotic countries by using a waft of sea air and tropical fruit. IFF customers in this area include textile giants such as Benetton and Zara, and hotel chains like Hilton, Novotel and Sofitel.

**GIVAUDAN AROMATIZES** products such as Nestlé's Nesquik and Muesli, and Ferrero's children's treats like Kinder Pingui. Fragrances and flavours are used by Gallina Blanca, Kellogg's, Knorr... Not even the trendy and popular "bioproducts" are spared. Without the mysterious powders, food would be unsalable and unpopular, because they are needed to "mask" (according to IFF terminology) unpleasant smells or the total lack of aroma. At the same time, modern agriculture has created tomatoes, potatoes, cauliflower and eggplants whose purpose is to meet the requirements of traders: they have to be durable, fast growing and quick selling, while taste is pushed into the background. It can be added later. ►

Chris Vansteenkiste of Europol.

**THERE ARE TWO VERY GOOD REASONS** for this. The number of drug addicts in the EU is dropping, while food consumers are increasing. And the sentences for fake food are much smaller than for drug trafficking, for example. Counterfeiters of movie or music DVDs can face up to 10 years in prison, while the sentences for fake foods are usually between 6 and 12 months. Furthermore, these crimes are difficult to investigate. The Dutch have a police unit of 110 staff dedicated to investigating food crime. Britain has none.

In this situation it is no wonder that criminals are increasingly entering the food sector. At the end of January, for example, 200 mobsters from the notorious Calabrian crime group Ndrangheta were arrested, who traded in fake food and beverages in Italy and Germany.

**THESE ARE JUST** the blatant frauds and scams. The above-mentioned five companies are engaged in a different business: they provide food giants with the technological means to sell us their highly processed products. Modern distribution methods require several things that are beyond traditional agriculture: huge quantities of equal quality for sale in retail chains, a low price to make a profit for investors in these chains, and colossal durability to safely transport them across the world.

In order to meet these three conditions, foods are subject to ever greater chemical processing. The problem is that it makes them completely lose their taste. That's when the makers of flavours step in.



Enjoy

YOUR LUXURIOUS MOMENTS  
WITH OUR PERFECT

*Wellness & Spa treatments!*



★★★★★  
GRAND HOTEL & SPA  
**PRIMORETZ**  
SINCE 1959

SPECIAL  
WEEKEND  
SPA PACKAGES.

[WWW.HOTELPRIMORETZ.BG](http://WWW.HOTELPRIMORETZ.BG)

3000 M<sup>2</sup> / SPA / WELLNESS  
DESTINATION BURGAS

+359 56 812345 [info@hotelprimoretz.bg](mailto:info@hotelprimoretz.bg)



"The entire global strawberry harvest would barely satisfy 6% of the consumption of strawberry-flavoured products in Europe alone"

► In fact, the German consumer agency Stiftung Warentest claims that Knorr's chicken noodle soup contains only 2 g of "dry chicken" in the form of granules, which corresponds to 7 g of real chicken meat. Making a whole soup from 7 g of meat, at a price of less than 1 euro, seems an incredible achievement. But it would be more honest not to call the result a "chicken soup", but a "bouillon with a strong flavour of vegetable fats and iodized salt". The name is artificially flavoured, just as the taste.

**FLAVOURING DOES NOT SPARE** products like bread either. The Philibert Savours company near the city of Lyon in France sells the magic substance Phil XN, "just a pinch" of which turns any dough into a tasty French baguette.

The Belgian company Stiernon markets its premium product Oxylent, which magically turns any cheap wine into an expensive limited oak barrel series. Only 4 g of the substance are enough for 100 litres. Oxylent sells well in France, Spain, Italy, Portugal, Australia, the US, Chile, Argentina, South Africa, New Zealand ... i.e. in all major wine producing countries. Of course, the list of Stiernon clients is "top secret".

**SOMETIMES IT IS QUITE AMAZING** how little fragrance or flavour is needed to transform a product. For example, 2-Acetyl-1-pyrroline, which gives white bread and Basmati rice their taste, works wonders in a dose of just 70 million parts of g/kg. Or the substance methanethiol, of which a dose of 0.000000002 g/l creates the feeling that you are drinking fresh grapefruit juice. Not to mention filbertone, the additive that gives yoghurt the taste of hazelnuts at a proportion of 5 milligrams per 1 million litres.

Yet despite these tiny amounts, trade with such substances in the European Union alone last year exceeded 3.6 million tonnes. And it continues to grow by an average 4-5% per year. According to EFSA estimates, if we consume 1 kg of food a day, at least 400 g of it come from a test tube.

Here's the best example for a dessert. The dominant flavour today is strawberry: in pastries, cakes, milks. However, according to the World Trade Organisation, the entire global strawberry harvest would barely satisfy 6% of the consumption of strawberry-flavoured products in Europe alone. Where does the rest come from? Now you know. ■

## СОФИЯ РАСТЕ НАЙ-БЪРЗО SOFIA IS GROWING THE FASTEST

София е най-бързо растящата столица на Балканите, показват актуалните данни на ООН, селектирани от Datawrapper. Между 2000 и 2016 година населението на града се е увеличило от 1.1 на 1.2 милиона, което е среден годишен ръст от 0.5%. За сравнение Белград расте средно с 0.3% за периода, а Букурещ и Атина се свиват с по 0.3%. В Европа най-силно расте Мадрид (1.4%). Истанбул отчита 3.1% и почти е удвоил населението си за тези 16 години, но за сметка най-вече на азиатската си част.

От разглежданите градове по света най-бързо се е разраснал Батам в Индонезия - средно с 8% годишно, като населението му от 400 000 през 2000 година достига до 1.5 милиона през 2016. Следват Ксямън в Китай (7.5%), Уагадугу в Буркина Фасо (7.2%), Абуджа в Нигерия (7.1%), Шарджа в ОАЕ (6.9%), Инчуан в Китай (6.8%) и Шизуока в Япония (6.6%).

Sofia is the fastest growing capital in the Balkans, the current UN data, selected by Datawrapper, are showing. Between the years 2000 and 2016 the population of the city has increased from 1.1 to 1.2 million, which is an average annual growth of 0.5%. As comparison Belgrade is growing on average by 0.3% for the period, and Bucharest and Athens are dwindling by 0.3% each. Madrid (1.4%) is the strongest growing city in Europe. Istanbul is reporting 3.1% and has almost doubled its population during these 16 years, but mostly on account of its Asian part.

From the examined cities around the world the one that has grown the fastest is Batam in Indonesia - on average by 8% per year, with its population from 400 000 in the year 2000 reaching 1.5 million in 2016. The cities that come next are Xiamen in China (7.5%), Ouagadougou in Burkina Faso (7.2%), Abuja in Nigeria (7.1%), Sharjah in the UAE (6.9%), Yinchuan in China (6.8%) and Shizuoka in Japan (6.6%). ■



47 | **ИНТЕРВЮ: ИВАН ЖИТИЯНОВ**  
**INTERVIEW: IVAN ZHITIYANOV**



42 | **БЪЛГАРСКАТА ДИЛЕМА**  
**THE BULGARIAN DILEMMA**





# КАКВО ЗНАЕ ЗА ВАС GOOGLE?

Отговорът би трябвало сериозно да ви уплаши

Какво точно знаят за вас компании като Google и Facebook? След скандала с Cambridge Analytica все повече хора започват да се интересуват от този въпрос. Но отговорът, както предупреждава технологичният консултант Дилън Къран, е много по-страхосащ, отколкото можете да си представите.

Google например следи и записва местоположението ви всеки път, когато ползвате телефона си. Можете да влезете и да видите детайлна карта на пътуванията си, с точни дни и часове.

Записва и цялата ви активност в интернет - дори и да изтриете историята си на едно устройство, компанията дублира информацията в отделна база данни. Трябва да го направите на всички устройства, които някога сте ползвали, за да заличите наистина следите си.

Освен това компанията има съставен рекламен профил за вас, който знае не само къде живеете, кои са приятелите ви, какво харесвате и какви са политическите ви убеждения, но даже е способен да прогнозира с плашеща точност колко тежките, дали сте депресиран или анорексик, и дали не очаквате бебе. Пази се и пълната ви историята в YouTube.

При желание можете да изтеглите и презгледате пълната информация, която Google е натрупал за вас. Но ще ви трябва доста време за целта - става дума за няколко гигабайта, или еквивалентът на около три милиона документа в Word.

По същия начин можете да сверите информацията за себе си във Facebook, който съхранява абсолютно всеки ваш пост или съобщение, и дори неща, които според алгоритмите му биха ви допаднали или са били обсъждани от ваши приятели. Знае откъде и на какво устройство е всяко ваше влизане в системата.

"Никога не бихме позволили на правителството да сложи камери и микрофони в дома ни, но сме дали също толкова интимен достъп на всякакви частни лица, само за да изгледа някое видео със сладки кученца", казва Къран. ■

## WHAT DOES GOOGLE KNOW ABOUT YOU?

The answer should seriously frighten you

What precisely do companies like Google and Facebook know about you? After the Cambridge Analytica scandal ever more people are starting to become interested in this matter. But the answer, as the technical consultant Dylan Curran warns, is much more startling than you can imagine.

Google for example watching and recording your location each time you are using your phone. You can log in and see a detailed map of your journeys, with precise days and times. It is also recording your entire activity in the Internet - even if you delete your history on one device, the company duplicates the information in a separate database. You have to do it on all devices that you have ever used, in order to truly cover up your tracks.

Besides that the company has an advertising profile made for you, which knows not only where you live, who your friends are, what you like and what your political convictions are, but is even capable of prognosticating with a frightening precision how much you weigh, whether you are depressed or an anorexic, and whether you are expecting a baby. You complete history in YouTube is also stored. If you wish you may download and look through the complete information that Google has accumulated about you. But you will need a lot of time for this - we are speaking of several gigabytes or the equivalent of around three million MS Word documents.

You may in the same way check the information about you in Facebook, which keeps every single one of your posts or messages, and even things that according to its algorithms you may like or that were commented by friends of yours. It knows where from and on what device your every logging in the system is implemented.

"We would never let the government put cameras and microphones in our home, but we have given as intimate an access to all kinds of private persons, only to watch some video with cute puppies", Curran says. ■

# Българската дилема

Опитът на страната да е едновременно и с Изтока, и със Запада, далеч не е ново явление

Текст БОЙКО ВАСИЛЕВ / Фотография АРХИВ

*“Най-изостаналият, най-последният от възродените славянски народи, е най-опасният за нас... В българите до този момент ние не виждаме нищо славянско, в смисъл съзидателно, творческо; виждаме само отрицание... Българското отрицание се насочва тъкмо срещу този авторитет, с който вече няколко века управлява най-великата сила на славянството – руската държава.”*

**ТЕЗИ РЕДОВЕ СА НАПИСАНИ** преди близо век и половина в бележитото съчинение “Византизизмът и славянството”. Автор е консервативният руски философ Константин Леонтиев. Като дипломат в Османската империя, той е свидетел на борбата на българите за независима Църква - и дава неочаквано и доста правдиво описание на българския народ с неговия елит.

**РАЦИОНАЛНИ, ЛОВКИ, ХИТРИ**, слабо религиозни, българите в представата на Леонтиев следват не свещениците, а учителите си и гледат за пример на Запад. Не са способни на велики идеи, следователно са недоверчиви към империите – Руската, Византийската, Османската. Не разбират стремлението към всеобща и универсална Църква, искат си своята – национална, малка, домашна. Така объркват грандиозните имперски планове в името на собствения си интерес.

**А ЧУЙТЕ СЕГА ТОВА:** “Българите са най-големият клон от славянския народ в Турция, те нямат почти никаква вяра в собствената си сила... На Русия те гледат постоянно като на сила, която най-много може и иска

да направи за тяхното избавление и освобождение.”

Този текст е написан през 1844, три десетилетия преди първата публикация на “Византизизмът и славянството”. Славата му е непреходна: това е “Начертанието”, прочутата сръбска национална доктрина на Илия Гарашанин. Сръбският държавник рисува неосвободената още България в геополитическо менгеме, между Турция и Русия. Можем само да се възхитим на неговата прозорливост.

**ЗАЩО ЦИТИРАМ ТЕЗИ ДВА ВЪНШНИ ПОГЛЕДА** към българите? Удивителното е не

само, че са фундаментално различни – и същевременно абсолютно точни – но и че са написани преди Освобождението. Те показват, че българската дилема предхожда Трети март, Сан Стефано, пълния с руски имена софийски център. Какво остава за русофобите, Стефан Стамболов и споровете на младата българска държава с Руската империя. С други думи, историята с русофилите и про-западните е доста по-стара, отколкото ни се струва.

**И ТАКА, КОИ СА БЪЛГАРИТЕ?** “Отрицанието на руската държава”, както смята Леонтиев? Или онези, които са сложили





всичките си яйца в руската кошница, според анализа на Гарашанин? Най-лесно е да се каже: и двете.

Българинът е прекалено далече от Русия, за да го стряска тя, както стряска румънците – и прекалено близо, за да я обича като гърците или сърбите. От друга страна, с нея го свързват прекалено много неща, за да бъде безразличен – православие, езикът, Освобождението, съветският период. От тях България трудно може да се откаже не заради онези, които е получила, а заради онези, които е дарила. Историята е категорична, че през Средновековието културният и религиозен обмен върви от българските земи към руските. Последните личат и днес. Както се шегува един познат езиковед, в израза „да здравствуват советская власть“ всички думи са от старобългарски произход.

**АКО ИЗЛЕЗЕМ ОБАЧЕ** от дълбоките води на културата и историята, ще видим, че българинът е и Изток, и Запад. Чисто рационално, той разбира, че неговият път е западната икономика, правовата държава и автономията на личността. Емоцията обаче го тегли към душевните крайности на Изтока. „Българинът е центрист по природа“, смята г-р Николай Михайлов, един от най-тънките изследователи на тънката линия между Изтока и Запада.

И все пак, кое надделява? Онова, което не е на власт. Преди 30 години, в съветската система, мнозинството от българите обожаваше Запада. Днес е точно обратното. Очевидно българинът не харесва началника си. Но Леонтиев е прав: той е прекалено ра-

ционален, за да си плуе в кладенеца.

**ТАМ, КЪДЕТО БЪЛГАРСКАТА ДИЛЕМА** избираща, е безумният публичен разговор. Виждате как провокацията на руския патриарх Кирил намери горещи български фенове, готови да оправдаят неоправдаемостта. Отношението към руския президент Владимир Путин е напълно религиозно – едни силно го любят, други силно го мразят. Русофилите в България са абсолютно убедени, че Западът е отровил бившия агент Скрипал, за да напоти Русия; техните противници нямат съмнение, че следите водят към Москва. Отсега можем да предвидим, че фактите няма да разколебаят нито едните, нито другите.

**СЪЩЕВРЕМЕННО БЪЛГАРИТЕ ИЗБИРАТ** лидери, които ловко лавират между Изток и Запад, независимо от това в кой лагер е България. Десетилетия наред електоратът следва геополитическата логика на бай Ганьо: „да се презърнем братски хем с русите, хем с немците“.

Вечно ли е това? Така изглежда. Лошо ли е? Не заблъжтелно. Всъщност, всичко зависи от лидера. След като е дошъл на власт, значи знае какво иска народът. Оттук нататък трябва да му помогне и да го заведе там, където е най-добре. За целта всички средства са позволени: дори известно лицемерие по отношение на българската дилема.

Защото тя, дилемата, обяснява, но не извинява. И всеки български държавник трябва да знае, че е избран, за да я решава. ■



29 години АПИС  
СИЛАТА НА ИНФОРМАЦИЯТА

## GDPR НАРЪЧНИК

*Нова информационно-деловодна система на АПИС Ви улеснява да въведете и прилагате изискванията на новия Регламент на ЕС /GDPR/*

В навечерието на своята 30-годишнина и следвайки последователно принципа да осигурява винаги най-актуална, достоверна и компетентна информация, за да бъде най-близо до нуждите на своите клиенти и да улеснява ежедневната им работа, АПИС създаде новия продукт **GDPR Наръчник**.

Продуктът е разработен във връзка с необходимостта от осигуряване на актуална правна и експертна информация и дава насоки за действията, които трябва да се предприемат за въвеждане и прилагане на новите регулации по **Регламент № 2016/679 (Общ регламент за защита на личните данни – GDPR)**.

Разпоредбите на Регламента променят коренно принципите на защита на личните данни, поставят се нови изисквания към администраторите на такива данни и се разширяват правата на гражданите. Той има пряко действие и засяга широк кръг лица – граждани, фирми, организации, публични институции.

Прилагането му започва от 25.05.2018 г. във всички страни-членки на Европейския съюз.

**GDPR Наръчникът** на АПИС е пакетен продукт, който интегрира два самостоятелни модула: **GDPR Инфо** и **GDPR Асистент**.

Информационният пакет **GDPR Инфо** съдържа най-пълната и актуална информация за правната рамка на защитата на личните данни, практически систематизирана и структурирана в класификационни папки, така че всеки може лесно да намери необходимите му нормативни актове както в българското, така и в международното право.

Модулът съдържа също становища и указания на националната Комисия за защита на личните данни, практически ориентирани експертни разработки по темата, богата колекция от образци на документи, които се изискват по ОРЗД /Общия регламент за защита на данните/. Допълнително улеснение за потребителите на системите „АПИС“ е интегрирането на модула с останалите правни информационни продукти на фирмата, което осигурява бързо и лесно намиране на търсената информация.

**GDPR Асистент** е полезен и практичен електронен дневник, който стъпка по стъпка Ви показва как да водите документацията и отчетността, които новият Регламент изисква, и Ви подпомага да създадете собствена политика по защита на данните. Продуктът предлага пакет с регистри, наръчници и примерни документи в DOC формат, които могат да бъдат използвани като основа за изграждането и документирането на система за защита на личните данни във фирмата/организацията на клиента.

**GDPR Асистент** стъпва върху внимателен анализ и надгражда информационни решения на чуждестранни доставчици на помагала, наръчници и други подобни продукти и услуги в помощ на администраторите и обработващите лични данни. Ползван е също и опитът на български и чуждестранни специалисти по информационна сигурност, заимствани са модели и образци, предлагани от водещи национални надзорни органи на държави-членки на ЕС.

Продуктът е WEB-базиран, като достъпът до него се извършва с потребителско име и парола. Данните се съдържат криптирани в базата данни. Връзката при комуникация с продукта и пренос на данни е защитена. Към всяко потребителско име и парола са асоциирани съответният брой пакети от документи и регистри. Така ако един потребител иска да води документирането на няколко организации/фирми като администратори на данни, ще има достъп до няколко пакета.

*Повече информация за иновативния продукт **GDPR Наръчник** можете да намерите на [www.apis.bg](http://www.apis.bg)*

Сертификат по ISO 9001 – 2015



София 1000, ул. „Граф Игнатиев“ 7 А  
тел.: +359 2 923 98 00, 0700 44 944  
[office@apis.bg](mailto:office@apis.bg)

# The Bulgarian Dilemma

There is nothing new in Sofia's attempt to court both  
the East and the West

By BOYKO VASILEV / Photography ARCHIVES

*"The most backward, the last of the awakened Slavic peoples, is the most dangerous to us... So far we see nothing Slavic in the Bulgarians, in the sense of constructive, creative; all we see is negation... The Bulgarian negation is directed precisely against the authority by which the greatest power of Slavdom – the Russian State – has been ruling for several centuries now."*

**THE QUOTATION COMES** from "Byzantinism and Slavdom", a remarkable essay written by conservative Russian philosopher Konstantin Leontiev almost a century and a half ago. Posted as a diplomat to the Ottoman Empire, he witnessed the Bulgarians' struggle for an independent Church –

and provided an unexpected and rather true description of the Bulgarian people and its elite.

**RATIONAL, SHREWD, CUNNING**, less religious, as Leontiev saw them, the Bulgarians followed their teachers rather than their priests, and looked to the West for a role model. Incapable of great ideas, they were distrustful of empires – the Russian, the Byzantine, the Ottoman. They did not understand the striving for a universal Church, they wanted a church of their own – national, small, domestic. Thus they upset the grand imperial plans for the sake of their own interest.



Срещата на върха във Варна: Бойко Борисов, Доналд Туск, Реджеп Ердоган и Жан-Клод Юнкер  
The summit in Varna: Boyko Borisov, Donald Tusk, Recep Erdogan and Jean-Claude Juncker

**AND NOW LISTEN TO THIS.** "The Bulgarians are the largest branch of the Slavic race in Turkey, they have almost no confidence in their own strength... They invariably regard Russia as a power which can and wants to do most for their deliverance and liberation."

This text was written in 1844, three decades before the first edition of "Byzantinism and Slavdom". Its fame is eternal: this is "The Draft", the famous Serbian national doctrine of Ilija Garašanin. The Serbian statesman depicted the not yet liberated Bulgaria as politically squashed between Turkey and Russia. We can only admire his foresight.

**WHY AM I CITING THESE TWO OUTSIDE VIEWS** of the Bulgarians? The amazing thing is not only that they are diametrically opposite – and at the same time completely accurate – but that they were written before the Liberation. They show that the Bulgarian dilemma predates March 3, San Stefano, the many Russian street names in downtown Sofia. Not to mention the Russophobes, Stefan Stambolov and the disputes of the young Bulgarian State with the Russian Empire. In other words, the story of the Russophiles and the pro-Westerners is a lot older than we think.

**SO WHO ARE THE BULGARIANS?** The "negation of the Russian State", as Leontiev argues? Or those who have put all their eggs in the Russian basket, according to Garašanin's analysis? The easiest thing is to say: both. Unlike the Romanians, the Bulgarians are too far from Russia to be startled by it, and unlike the Greeks or the Serbs, they are too close to love it. On the other hand, the Bulgarians are linked to Russia by too many things to be indifferent – Orthodoxy, the language, the Liberation, the Soviet period. It would be difficult for Bulgaria to give them up, not because of what it has received but because of what it has given. History is categorical that the cultural and religious exchange during the Middle Ages flowed from the Bulgarian to the Russian lands. The consequences are there to see even today.

**IF WE EMERGE** from the deep waters of culture and history, however, we will see that Bulgarians are both East and West. Purely rationally, they understand that their way is the Western economy, the rule of law and individual liberty. Emotionally, however, they are drawn to the spiritual extremes of the East. "Bulgarians are centrist by nature", says Dr. Nikolai Mihailov, one of the subtlest explorers of the subtle line between East and West.

And yet, what prevails? Whatever is not in power. Thirty years ago, under the Soviet system, the majority of Bulgarians adored the West. Today it is the other way round. Clearly, Bulgarians don't like their boss. But Leontiev is right: they are too rational to bite the hand that feeds them.

**THE PLACE WHERE THE BULGARIAN DILEMMA** breaks through is the insane public debate. Russian Patriarch Kirill's provocation found ardent Bulgarian fans ready to defend the indefensible. Russian President Vladimir Putin elicits a purely religious attitude – there are those who worship him and those who detest him. Russophiles in Bulgaria are firmly convinced that the West poisoned former agent Skripal in order to frame up Russia; their opponents do not doubt that the trail leads to Moscow. Predictably, the facts won't dissuade either.

**AT THE SAME TIME, BULGARIANS ELECT** leaders who skilfully navigate between East and West, regardless of what camp Bulgaria is in. For decades, the electorate has followed Bai Ganyo's geopolitical logic: "and to embrace fraternally the Russians and the Germans to boot".

Will this ever change? The chances are it won't. Is that bad? Not necessarily. In fact, it all depends on the leader. Since he has come to power, he is supposed to know what the people want. From there on, he has to help it and lead it where it is best for it. This end justifies all means, even a measure of hypocrisy with regard to the Bulgarian dilemma.

Because the dilemma explains but does not excuse. And every Bulgarian statesman should be aware that he has been elected to solve it. ■



World Luxury  
Spa  
Awards  
WINNER 2015



RAMADA  
SOFIA

+ 359 895 79 29 38

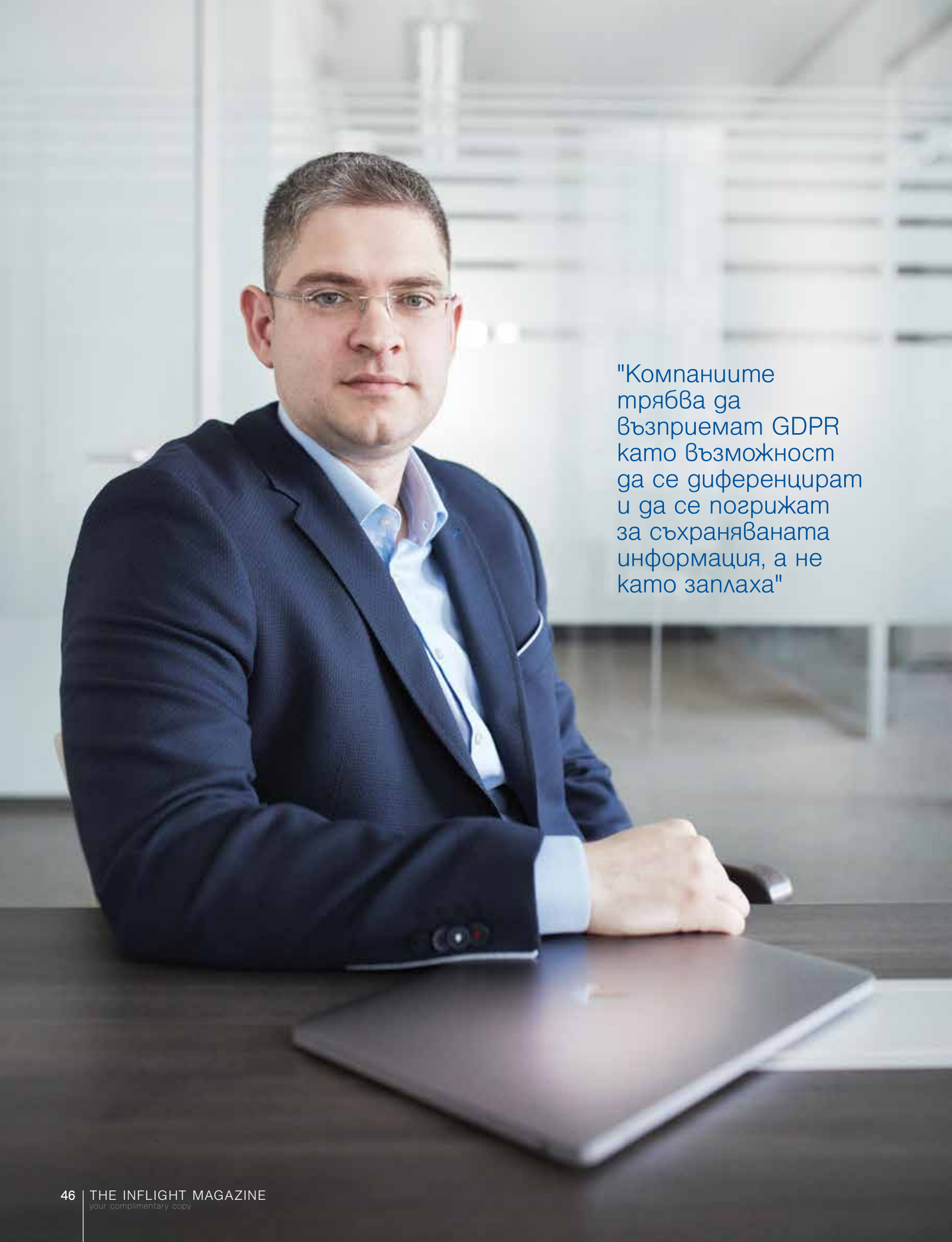


★★★★★  
**VICTORIA SPA**

THE REAL ASIAN SPA

[www.victoria-spa.com](http://www.victoria-spa.com)



A man with short grey hair and glasses, wearing a dark blue suit jacket over a light blue shirt, is sitting at a dark wooden desk. His hands are clasped in front of him, resting on a closed silver laptop. He is looking directly at the camera with a neutral expression. The background is a blurred office environment with glass partitions and white walls.

"Компаниите  
трябва да  
възприемат GDPR  
като възможност  
да се диференцират  
и да се погрижат  
за съхраняваната  
информация, а не  
като заплаха"

# КОГАТО ПОЛУЧАВАШ ПРОДУКТ БЕЗПЛАТНО, ОБИКНОВЕНО ПРОДУКТЪТ СИ ТИ

Иван Житиянов, изпълнителен директор на "Телелинк  
Бизнес Сървисис", пред Bulgaria ON AIR

Текст КОНСТАНТИН ТОМОВ / Фотография ИВАЙЛО ПЕТРОВ

**Иван Житиянов, съвсем наскоро "Телелинк" раздели бизнеса си в 4 различни компании, една от които е "Телелинк Бизнес сървисис". Какво наложи тази промяна, какви са предимствата на такъв модел?**

Бяхме станали доста голяма компания, близо 500 души. И преди работехме в три различни бизнес направления, на практика като различни компании, но с утежнен управленски процес. Фактически приложихме метода на Ричард Брансън, който твърди, че в момента, в който вторият ешелон от мениджмънта е готов да работи самостоятелно, той трябва да се отдели, да се постави на чисто поле, да му се даде възможност да се изяви и да се развива без ограничения.

**Вие сте най-големият системен интегратор на пазара, с дял около 18% за миналата година, ако не греша. Какви цели си поставяте за тази и за следващите няколко години?**

Колко е пазарният ни дял, е малко условно, защото всеки интерпретира по различен начин какво е "системен интегратор". Но да, със сигурност в последните 5-6 години ние сме най-големият системен интегратор от всички български.

Какви цели си поставяме? Честно казано, доста сме амбициозни. В момента имаме няколко инициативи. Едната е свързана с информационна сигурност. Залагаме много на това последните 4-5 години. Приемането на европейския Общ регламент за защита на данните, или GDPR, беше допълнителен катализатор за този процес. Създадохме нов отдел, който се занимава само с управление на риска и съответствие със стандарти. Все повече бизнеси ще се влияят от подобни регулации. Това е и причината да инвестираме в екип от консултанти, които да стоят между бизнеса, технологичната част и адвокатите, и да балансират между всички тези различни страни.

Това ни позволява да предложим доста широк обхват на услугите, свързани с GDPR, ISO 27001, ISO 20000 и др.

**До каква степен GDPR създаде нов бизнес за вас?**

Доста голяма. Към момента екипът е претоварен и планът ни е до няколко месеца да удвоим състава му. Освен това GDPR ни носи много добавена стойност и възможност за допълнителни продажби в различни други сегменти. Истината е, че в момента повечето компании не разбират какво точно е GDPR и каква е неговата стойност, говори се предимно за негативи и се описват черни картини за високи глоби. По наши наблюдения много от компаниите просто изчакват да видят какво ще се случи след 26 май. За мен компаниите трябва да възприемат GDPR като възможност да се диференцират и да се погрижат за съхраняваната информация, а не като заплаха. Да използват регламента като катализатор за започване или засилване на дигитална трансформация, която да им донесе бизнес ползи.

Съвсем скоро впрочем актуален ще стане и един нов стандарт NIS, разработен от ENISA, Европейската агенция за мрежова и информационна сигурност. За разлика от GDPR, той няма характера на закон, но все пак означава, че всеки доставчик на дигитална услуга и всяка критична инфраструктура - от ранга на АЕЦ Козлодуй, да речем - трябва да спазва определени правила в използването на мрежова информационна сигурност. Всичко това изисква ефективни решения за информационна сигурност, които обикновено означават значителна инвестиция. Нашето желание е да ги предлагаме като услуга, като вид абонамент, без това да изисква от клиентите ни начална инвестиция.

Пример за това е услуга, която стартирахме през април, наречена Advanced Security Operations Center. Чрез този център предлагаме на клиентите, отново като абонаментна услуга, да наблюдаваме инфраструктурата им от гледна точка на информационната сигурност и да правим анализ на рисковете. Предлагаме на компаниите да се възползват и от наш екип за реакция при кризи - само когато имат нужда от него. Предлагаме също управлявани услуги - когато клиентът не иска да управлява собствената си инфраструктура, ние можем да го правим вместо него. Така той получава ясен поглед върху рисковете и може да вземе ▶

► информирано решение в какво има нужда да инвестира и в какво - не. Работим много сериозно и извън България, като в момента основният ни фокус е върху Агриатика и Румъния. Там говорим предимно за информационна сигурност.

#### **Какво е съотношението между българския и международния ви бизнес?**

За "Телелинк" като група 55% от приходите идват извън България, по данни за миналата година. Иначе нашата работа оттука за външни клиенти е около 2-3%, но тенденцията е да увеличаваме този дял.

#### **От кои сектори са основните ви клиенти?**

Ние делим клиентите си на три групи: Enterprise, Government и Telecom. През 2015 предприятията бяха с превес, публичният сектор имаше около 32% дял. За 2017 имаме 56% дял на публичния сектор.

Иначе по сегменти за последните четири години картината изглежда така: енергетика - около 5%, високотехнологични компании - 8%, финансова сфера - 23%, публичен сектор - 27%, телекоми - 37%.

#### **Сигурността на данните е особено актуален въпрос днес, покрай скандалите с Cambridge Analytica и Facebook. Смятате ли, че обществото вече има по-реална представа за значимостта на проблема? И могат ли подобни случаи да повлияят и на доверието на хората и компаниите в неща като облачните технологии?**

Аз бих разграничил двете неща. Да започнем с добре познатата теза, че когато получаваш някакъв продукт или услуга безплатно, обикновено се оказва, че продуктът си ти самият. Такъв е случаят с някои добре познати технологични гиганти, които се ползват ежедневно от почти всеки човек на земята без никакво заплащане. Техният бизнес модел е такъв: да събират всевъзможни данни и после да ги използват по най-различни начини и в различни бизнес модели. Вярно е, че в последните две години водещите подобни компании доста засилено работят върху защитата на личните данни: един вид да, ние имаме много информация за вас, но личната част от нея няма да използваме, и ще дадем на всеки потребител възможност да я изтрие, ако иска.

Тоест това е въпрос на личен избор. Когато човек ползва нещо безплатно, трябва много добре да помисли какво дава в замяна. Колкото до облачните технологии, според мен те ще стават все по-полезни. Допреци няколко години и в България имаше едно недоверие в облака. В момента се наблюдава точно обратното.

Нека дам такъв пример: огромна част от използваните операционните системи са

Windows, и всяка седмица нашите компютри свалят и инсталират обновявания. Тоест софтуер който ние не виждаме и върху който нямаме контрол. Ако Microsoft иска нещо от мен, те биха го взели и без да ползвам облачна услуга от тях. Тезата ми е, че аз и много други хора вече са се доверили на компании като Microsoft. Защо тогава да не се възползвам от тяхната услуга и от стотиците предимства на облака?

Това е много важно за нашата индустрия:

## **"За мен България има потенциал да бъде иновативна страна. Имаме вече достатъчно висок жизнен стандарт, което е предпоставка за привличане на предприемачи"**

че моделът се променя. Преди, когато някой голям, скъп продукт се продаваше на дадена компания, в момента на продажбата рискът - дали ще го ползват, дали ще им върши работа - оставаше изцяло за купувача. Докато service моделът изцяло променя това. При него отговорността е повече у продавача. Ако клиентът не е доволен или продуктът не му върши работа, той може просто да се откаже.

#### **Един от основните капани на дигитализацията, поне в миналото, бе фактът, че хората са доста по-малко склонни да плащат за дигитални услуги, отколкото за материални. Променило ли се е това? Отива ли си вече това всеобщо разбиране за интернет като за пространство на безплатното?**

Променя се. Специално в България ние работим с всякакъв вид компании, които са осъзнали нуждата от информационни технологии за прогрес в бизнеса. Все още има хора, склонни да харчат много за, да речем, кафе и чай в офиса, и в същото време карат служителите си да работят на десетгодишни компютри. Но забелязваме, че със смяната на поколенията има все повече приемане на технологиите.

#### **Разговаряме напоследък със строителни предприемачи, особено в по-високия сегмент, и те твърдят, че все повече от клиентите им се интересуват от smart home решения. Това интересен сектор ли е за вас?**

Ние обикновено оперираме Business-to-Business или Business-to-Government. Ресективно, когато става дума за smart homes и за крайни клиенти, не се интересуваме чак толкова. Отворени сме за модел чрез посредник, било то телеком или търговска

верига.

Иначе имаме много опит във всякакъв вид "интелигентни неща". Колкото до Smart Cities, интелигентните градове, това е вече съвсем различно нещо. Там работим директно с общини и ни е много по-интересно. Имаме например голям опит във всичко, свързано с транспорта.

#### **Можете ли да дадете пример за smart city технологии, които без големи затруд-**

#### **нения биха могли да се въведат в град като София например?**

Нещо, което се тиражира, е въвеждането на електронна система за билетите, което ще улесни неимоверно ползването на градски транспорт. Концепцията е сравнително ясна. Търгът се провежда преди няколко седмици, и ние сме участвали, разбира се.

Не трябва да забравяме, че всяко smart решение започва със събиране на данни. В тази посока вече може да се направи ужасно много, и то във всеки български град. Частично вече се прави със системите за наблюдение на трафика например. Същите ползи могат да се извлекат от наблюденията за замърсяването на въздуха, от ВиК сектора, от топлофикациите - изобщо навсякъде, където са замесени много сензори, способни в един момент да дадат много данни и да позволят да се направи информирано решение от какви технологии има нужда.

Защото има немало случаи, в които се харесва някаква умна технология, просто защото изглежда готина, после се въвежда - и не дава резултат, защото не е съобразена с условията и нуждите.

#### **Настъпнението на технологии като smart homes или автономните автомобили изглежда неизбежно. Но този свят, в който всичките ни вещи са свързани и наблюдавани, не означава ли край на личното пространство? Преди година разговаряхме с прочутия архитект Рем Колхаас и той каза: това е много тревожна тенденция, изумен съм, че човечеството прегърна тези изцяло търговски аргументи с цената на личната си свобода. Виждате ли основание в такива тревоги?**

Основание има със сигурност. Примерът с Cambridge Analytica го показва.

Но според мен тези опасения не бива да



забавят прогреса на обществото. Просто регулациите и контролът трябва да вървят в крак с технологиите.

Като технократ по-скоро вярвам, че това е бъдещето, и че Европейската комисия и останалите регулатори трябва да намерят начин да го контролират. Мисля, че това вече се случва. Наскоро гледах един анализ, според който правителствата прекарват вече пет пъти повече време в създаване на регулации, отколкото преди двайсетина години.

**Все повече се говори за слабостите в образованието и трудовия пазар в България, за затрудненията на компаниите да намерят квалифицирани служители. Как стоят нещата при вас?**

Това е най-голямото предизвикателство в момента - да се намерят хора.

Особено при управленските кадри. Защо един инженер може да бъде „създаден“ от нулата за три-четири години. Достатъчно е да го вземеш от училище, не дори от университета. При мениджърите не е така. Понякога са им нужни десетина години, за да придобият нужния опит.

В "Телелинк" ние сами си обучаваме голямата част от хората. Почти не разчитаме на готови кадри, било от университетите или от други фирми. Затова работим с няколко училища в София, правим собствени стажове, наемаме външни преподаватели. Горедолу две трети от обучените вървят по разработени от нас учебни планове, а една трета е практика - вкарваме ги в проекти, запознаваме ги с клиенти и оборудване. За да видят, че в България се правят интересни неща. Така че, в общи линии, разчитаме предимно на себе си. Все пак гържа да отбележа, че сме отворени към сътрудничество с всяка институция, която се занимава с развитие на кадри.

**Много анализатори смятат, че покрай автоматизацията и възхода на изкуствения интелект се задават огромни стресения на трудовия пазар, и че много от най-масовите днес професии, като шофьори, касиери и т. н., могат да изчезнат до едно десетилетие. Какво мислите вие?**

Според мен това е неизбежно. Случвало се е и преди, неведнъж. Ще се случва и в бъдеще. Нашият бизнес също се променя: преди 15 години правехме едни неща, сега се опитваме да правим коренно различни.

Покриването на тези ниши от бизнеса ще създаде други ниши, така че адаптивните хора - а човекът е по природа адаптивен - ще се справят.

Не знам дали ще се случи до 10, 30 или повече години. Но със сигурност натам се върви. Това е част от прогреса.

**Съхранението и обработката на данни интересен бизнес ли са за вас?**

Подчертано интересен. Бъдещето е в данните. Фактът, че сме водещ системен интегратор и че познаваме изключително добре всеки аспект на ИТ инфраструктурата, ни дава възможност да надграждаме, развивайки познания в съхранението на данни - Data Warehousing, ETL модели - тоест извличане на данни от съществуващи системи, представяне на данните, използ-

ване на облака и хибридни решения в тази насока. Допълнително инвестираме и в математическата част примерно в така наречения Data Science, за да можем да използваме данните за откриване на модели, зависимости и така нататък.

**България има ли специфични предимства като страна за съхранение и обработка на данни? От гледна точка на неща като цени на електроенергията например?**

В този аспект - да. Всъщност привлекателността на една страна се определя от цените на енергията, на земята, на труда. При нас всички те са относително ниски, и има компании, които сериозно инвестират в тази област.

Но за да може да се развива следващото ниво - да събереш данните и да правиш data science - вече трябва да има и достатъчно гъвкави регулации, които го разрешават. Наскоро се запознах с един американец, който се е преместил в Китай, защото там му е разрешен свободен регулиран достъп до медицински данни, с които да тренира data model за ранно откриване на рак по рентгенови снимки. В това отношение - регулациите а и произвеждането и съхранението на данни - има какво да поработим. Но като цяло за мен България има потенциал да бъде иновативна страна. Имаме вече достатъчно висок жизнен стандарт, което е предпоставка за привличане на предприемачи. Нашият бизнес расте средно с 20-25% на година, което означава, че и целият сектор расте. Не толкова отдавна имаме общо петима клиенти. Сега имаме между 280 и 300. Все повече хора се интересуват от модерни решения, гледат как да оптимизират бизнеса си, дори наемат консултанти за дигитална трансформация... Определено съм оптимист, че в България могат да се случат много хубави неща. ■

"Когато човек ползва нещо безплатно, трябва много добре да помисли какво дава в замяна"

# IF YOU'RE OFFERED A PRODUCT FREE, THE PRODUCT IS USUALLY YOURSELF

Ivan Zhitiyanov, Executive Director of Telelink Business Services, talks to Bulgaria ON AIR

By KONSTANTIN TOMOV / Photography IVAILO PETROV

**M**r Zhitiyanov, Telelink recently split its business into four separate companies, one of which is Telelink Business Services. What called for this change, what are the advantages of such a model?

We had become a pretty big company, nearly 500 people. Before, too, they worked in three different business segments, practically as separate companies, but the business management process was very cumbersome. We actually applied the method of Richard Branson, who says that as soon as your middle management is ready to work on its own, you have to separate it, let it start with a clean slate, give it the opportunity to show what it can do and develop without restraints.

**You are the largest system integrator on the market, with a share of some 18% for last year, if I'm not mistaken. What are your targets for this and the next few years?**

The size of our market share is somewhat conventional, because everybody has his own idea of "system integration". But yes, in the last 5-6 years we have definitely been the largest Bulgarian system integrator.

What do we target? Frankly, we are quite ambitious. We currently have several initiatives in the pipeline. One concerns information security. We stake a lot on this, in several aspects. The adoption of the EU General Data Protection Regulation (GDPR) catalyzed this process. We set up a new department that handles only risk

management in this field. The idea is that more and more businesses will be affected by such standards and regulations. So we thought that it was important for us to have such a department of consultants standing between business persons, technology experts, lawyers and so on, and balancing between all these stakeholders. This enables us to provide a very wide range of services related to GDPR, ISO 27001, ISO 20000. In future this will expand, and this trend is not limited to the European Union.

**To what extent has GDPR generated a new business for you?**

To a large extent. This department is currently overworked, and we are planning to double its staff within a few months. In addition, GDPR generates a large value added and extra sales in various other segments. And we think this is just the beginning. The truth is that most companies now do not understand exactly what GDPR is all about. There are some players on the market who are trying to scare people. We think that many companies are just waiting to see what will happen after May 26. Actually, a new NIS Directive of the European Union Agency for Network and Information Security (ENISA) is also coming up for implementation. Unlike the GDPR, it is not binding, but it still implies that any digital service provider and any critical infrastructure – such as the Kozloduy Nuclear Power Plant, for example – will have to comply with certain rules in the use of network information security.

Information security solutions are usually ex-

tremely expensive. Our philosophy is to offer them as a service, as a kind of subscription, without requiring an initial investment from our clients.

Our next priority right now is something we call Advanced Security Operations Center. Through it we offer clients, also as a subscription service, to monitor their infrastructure in terms of information security and to assess the risks. Companies can also benefit from our crisis response team – only when they need it. We also provide Managed Services - when clients do not want to manage their own infrastructure, we can do it for them. This gives them a clear idea of the risks, and they can make an informed decision where they need to invest. Our schemes are very flexible: clients can opt out at any time during the first three months.

We are also busy working outside Bulgaria, focusing mostly on the Adriatic and Romania, mainly in the area of information security.

**What is the proportion between your Bulgarian and international business?**

For Telelink as a group, 55% of our revenue comes from outside Bulgaria, according to last year's figures. Otherwise, foreign clients account for about 2-3% of our business here, but this share is trending upwards.

**What sectors do your main clients belong to?**

We divide our clients into three groups: Enterprise, Government, and Telecom. In 2015 enterprises dominated, and the share of the public



sector approximated 32%. In 2017 the share of the public sector reached 56%.

A break-down by segment for the last four years looks like this: energy about 5%, high-tech companies 8%, finance 23%, public sector 27%, tel-eoms 37%.

**Data security is a hot topic today, brought up by the Cambridge Analytica and Facebook scandals. Do you think that society now has a more realistic idea of the importance of the problem? And can such cases also erode the trust of individuals and companies in things like cloud technologies?**

I would keep the two things separate. Let's start with the well-known adage that if you're offered a product or service free, the product usually turns out to be you yourself.

That's the case with the most popular technological giants... Their business model is to pool certain data and then resell them. True, in the past two years those companies have been busy working on personal data protection: a kind of 'yes, we do hold a lot of information about you, but we'll not use the personal part of it, and we'll enable every user to delete it if he wants to'.

That is to say, this is a matter of personal choice. When you use something for free, you should consider very carefully what you give in return. As for cloud technologies, I think they will become more and more useful. Until a few years ago, cloud technology was mistrusted in Bulgaria, too. It's just the opposite right now.

Let me give you an example: I'm using Windows

anyway, and it's updated every Thursday anyway. If they want something from me, they will take it anyway, one way or another. So why not put it in the cloud and take advantage of their service model?

This is very important for our industry: that the model is changing. Before, when a large, expensive product was sold to a given company, as from the moment of the sale the risk – whether they would use it, whether it would work for them – passed entirely to the buyer. The service model changes this completely. Here a larger share of the responsibility stays with the seller. If the customer is not satisfied or if the product proves useless, he can simply give it up.

**One of the main pitfalls of digitization, at least in the past, was the fact that people are far less inclined to pay for online than for off-line services. Has this changed? Is the common notion that everything's free on the Internet coming to an end?**

It is changing. In Bulgaria, in particular, we work with any type of companies that are aware that

they need information technology to get ahead in business. There are still people willing to spend a lot on, let's say, coffee and tea in the office, yet at the same time force their employees to use 10-year-old computers. With the change of generations, however, there is a growing acceptance of technologies.

**We have recently been talking to real estate developers, especially in the upmarket segment, who say that more of their customers are interested in smart home solutions. Is this sector of interest to you?**

We usually operate Business-to-Business or Business-to-Government. Respectively, when it comes to smart homes and end users, we are not all that interested. We are open to provide a model if approached by an intermediary, be it a telecom or retail chain.

Otherwise, we have ample experience in all sorts of "smart things". As for Smart Cities, that's something totally different. There we work directly with municipalities and find it much more interesting. For example, we have a lot of experience in anything related to transport.

**Can you give an example of a smart city technology that could easily be implemented in a city like, say, Sofia?**

One recent thing is the introduction of an electronic ticketing system, which would greatly facilitate the use of public transport. The concept is fairly straightforward. The competitive bidding took place a few weeks ago and, of course, we ►

**"We are also busy working outside Bulgaria, focusing mostly on the Adriatic and Romania"**

► were among the bidders.

Let's not forget that every smart solution starts with the collection of data. An awful lot can now be done in this respect, and that in every Bulgarian city. Partially, it is already done with the traffic control systems, for example. The same benefits can be derived from monitoring air pollution, the water supply and sewerage sector, heating utilities – in short, wherever numerous sensors are involved, capable of providing a lot of data and enabling an informed decision about what technologies are needed.

There are many cases in which a smart technology is liked simply because it looks cool, but when it is implemented it does not work because it does not match the conditions and needs.

**The advance of technologies such as smart homes or autonomous cars seems inevitable. But does not this world, in which all our possessions are interfaced and monitored, spell the end of privacy? A year ago we talked to the famous architect Rem Koolhaas who said: this is a very alarming trend, I am amazed that humanity has embraced these entirely commercial arguments at the cost of its personal freedom. Are such concerns justified?**

They certainly are. The Cambridge Analytica example is a case in point.

But I do not think these fears should slow the progress of society. Regulations and control should simply keep pace with technology.

As a technocrat, I believe that this is the future, and that the European Commission and the other regulators must find a way to control it. I think this is already happening. I recently saw an analysis according to which governments already spend five times more time in establishing regulations than they did some twenty years ago. At the same time, connectivity and monitoring bring a lot of security. You always know where your child is. Crime is going down. Yes, a line needs to be drawn – and that's precisely where personal data protection comes in.

**Much is being said about the flaws in education and the labour market in Bulgaria, about companies being hard put to find skilled labour. How do you cope with this?**

This is the biggest challenge at the moment – finding people.

Especially when it comes to management personnel. An engineer can be groomed from scratch in three-four years. He can come straight out of school, not even university. It's not like that with managers. Sometimes they need dozens of years to gain the necessary experience.

At Telelink, we train most people ourselves. We barely rely on ready-to-work staff, either from university or other companies. That's why we work with several schools in Sofia, organise our own internships, hire external lecturers. About two-thirds of the trainings are based on our own



**"When you use something for free, you should consider very carefully what you give in return"**

curriculum and one third is work experience – they join projects, get familiar with clients and equipment, so that they can see that interesting things are done in Bulgaria. So, on the whole, we cope on our own. But it's difficult.

**Many analysts believe that with automation and the boom of artificial intelligence, an upheaval is looming on the labour market and that many of the most widespread professions today, such as drivers, cashiers, etc., may disappear within a decade. What do you think?**

I think that's inevitable. It has happened before, on more than one occasion. It will happen again in future.

Our business, too, is changing: 15 years ago we did certain things, now we are trying to do something radically different.

As business fills these niches, other niches will open up, so that adaptable people – and man is adaptable by nature – will cope.

I don't know whether it will happen within 10, 30 or more years. But we're certainly headed that way. That's part of progress.

**Is data storage and processing an interesting business for you?**

It is definitely interesting. We know a lot about networks, servers, storage, infrastructure in general. And things like artificial intelligence will rely on ever more data for their development. That's

why we are now investing heavily to specialise in this area.

**Does Bulgaria offer any specific advantages for data storage and processing? In terms of electricity prices, for example?**

In that aspect - yes. In fact, what makes a country attractive is the cost of energy, land, labour. In Bulgaria they are all relatively cheap, and there are companies that invest heavily in this area.

But in order to upgrade to the next level – pooling the data and doing data science, which we prioritize, too – you already need sufficiently flexible regulations to make all this possible. I recently met an American of Chinese origin who had moved to China because there he was given free access to medical data in order to develop his start-up for early image-based cancer detection. As far as regulations are concerned, much remains to be done. But, in general, I believe Bulgaria has the potential to be an innovative country. We already enjoy a sufficiently high living standard which is a prerequisite for this. Our business grows by an average of 20-25% a year, which means that the whole sector is growing. Not so long ago we had five clients altogether. Now we have between 280 and 300. Ever more people are interested in cutting-edge solutions, they try to optimise their business, even hire digital transformation consultants... I am definitely optimistic that very good things can happen in Bulgaria. ■

Най-високата платформа. Фаяр Кристианто, Индонезия  
The highest platform. Fajar Kristianto, Indonesia



60 | **ИГРИ НА  
СВЕТЛИНАТА**  
TRICKS OF LIGHT

60 | **ИНТЕРВЮ: ХАРАЛД КРЮГЕР**  
INTERVIEW: HARALD KRUGER



56 | **ПЪРЖЕНОТО Е ПОЛЕЗНО?**  
FRIED FOOD IS HEALTHY?





## ПЪРЖЕНОТО Е ПОЛЕЗНО?

Пържената храна съкращава живота: тази мантра ни се втъпява вече близо три десетилетия. Но ако се съди по две независими едно от друго научни изследвания, тя е дълбоко невярна.

**ПЪРЖЕНИТЕ ЗЕЛЕНЧУЦИ**, дори с дебела панировка, са всъщност по-здравословни от варените си аналози, настояват професори от департамента по храните на Фармацевтичния факултет в Гранада, Испания. Техните детайлни проучвания са показали, че пърженето запазва много по-добре антиоксидантите в зеленчуците, а освен това способства за образуването на много повече олеинови киселини, които защитават тялото от сърдечносъдови болести. Това важи особено за пържените картофи. Разбира се, остава проблемът с по-високото калорийно съдържание на пържената храна, както и с холестеролния фактор. Но при умерена консумация пържените зеленчуци са подчертано по-добри от варените, настояват учените.

**ЗА НЯКОИ ХОРА ПЪРЖЕНИТЕ КАРТОФИ** могат да бъдат по-полезни от зелената салата, твърди пък проучване на Института Вайцман в Израел, проведено под ръководството на проф. Еран Сегал. Той и екипът му са изследвали 800 души, за да разберат как влияе различната храна върху нивата на кръвната захар, физическата активност, храносмилането и съня. Категоричният резултат е, че при всеки човек въздействието е различно. При някои от изследваните нивото на захарта скачало от банани, но не и от бисквити със захар. Други реагирали по-добре на порция пържени картофи, отколкото на салата. В някои случаи яденето на суши водело до гликогенен скок, докато сладоледът с карамел не давал отражение.

**ВСЕКИ ЧОВЕК** си има свое собствено генетично наследство, собствен начин на живот и собствена чревна фауна. Затова да се разработват диети за масово приложение е абсурдно, настоява проф. Сегал. Единственият вариант системите за здравословно хранене да имат ефект е те да се разработват индивидуално за всеки. ■

## FRIED FOOD IS HEALTHY?

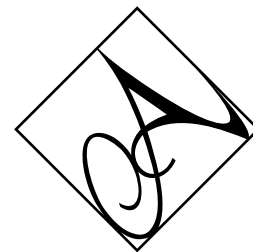
Fried food shortens your life: this mantra has already been inculcated on our minds for almost three decades. But if one judges by two independent from one another scientific studies, it is profoundly incorrect.

**FRIED VEGETABLES**, even with a thick breading, are actually much more wholesome than their boiled analogues, professors from the foods department of the Pharmaceutics Faculty in Granada, Spain are insisting. Their detailed studies have demonstrated that frying preserves much better the antioxidants in the vegetables, and besides that it furthers the generation of much more oleic acids, which are protecting the body from cardiovascular disease. This is especially true for French fries. Of course, the problem remains with the high calorific content of fried food, as well as with the cholesterol factor. But with moderate consumption fried vegetables are markedly better than boiled ones, the scientists insist.

**FOR SOME PEOPLE FRENCH FRIES** may be healthier than green salad, a study of the Weizmann Institute in Israel states, implemented under the guidance of Prof. Eran Segal. He and his team have examined 800 people, in order to understand how various foods affect the blood sugar levels, physical activity, digestion and sleep. The categorical result is that with every person the impact is different. With some of the examined people the blood sugar levels spiked from bananas, but not from cookies with sugar. Others reacted better to a serving of French fries, than to a salad. In some cases eating sushi led to a glucose spike, while ice cream with caramel did not have an effect.

**EACH PERSON** has his/her own genetic heritage, way of living and intestinal flora. Therefore developing diets for mass application is absurd, Prof. Segal insists. The only variant for the healthy diet systems to have an effect is for them to be developed individually for every person. ■

# A HOTELS Special Deals **SEA HOLIDAY** in May and September



**H O T E L S**



**5% ADDITIONAL DISCOUNT  
FOR BOOKING ONLINE**



## **SPA & Relax Vacation in Azalia Hotel Balneo & SPA**

Sts. Constantine and Helena Resort

**from 92 BGN / 01. – 31. May**

**from 112 BGN / 16. – 30. September**

**[www.azaliahotel.com](http://www.azaliahotel.com)**



## **Comfortable Stay with Sea View in**

### **Astera Hotel & SPA**

Golden Sands Resort

**from 92 BGN / 01. – 31. May**

**from 110 BGN / 16. – 30. September**

**[www.asterahotel.com](http://www.asterahotel.com)**

## **Active Family Vacation in Atlas Hotel**

Golden Sands Resort

**from 72 BGN / 01. – 31. May**

**from 83 BGN / 16. – 30. September**

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



## **Fun & Emotional Holiday in Aronia Beach Hotel**

Sunny Beach Resort

**from 63 BGN / 01. – 31. May / 16. – 30. September**

**[www.aroniahotel.com](http://www.aroniahotel.com)**

# *С поглед към твоето бъдеще*

Пенсионно осигуряване

Животозастраховане

Общо и здравно застраховане



# РЕЩАВАЩОТО Е КОИ ЩЕ УСПЕЕ ДА НАПРАВИ ЕЛЕКТРОМОБИЛА ПЕЧЕЛИВШ

Харалд Крюгер, главен изпълнителен директор на BMW Group,  
преди "КОЛЕЛА" по Bulgaria ON AIR

Текст КОНСТАНТИН ТОМОВ / Фотография КОЛЕЛА, BMW

**Г**-н Крюгер, много шум се вдигна около отсъждането на Апелативния съд в Лайпциг, че местните власти в Германия имат право да забраняват дизеловите двигатели. Все повече потребители се притесняват, че ако си купят дизелов автомобил, няма да могат да го карат в градовете и после ще им е трудно да го продадат. Ще наложи ли това промяна в начина, по който разпределяте инвестициите и ресурсите си? Как ще реагирате на един бързо намаляващ дял на дизела?

Бих предпочел да разгледам това като част от по-голямата картина, нека по-късно се върнем към потенциалните забрани на дизела - защото те наистина са само потенциални.

Единият стълб на стратегията ни е в развитието на електрическото задвижване. Миналата година продадохме над 100 000 електрически автомобили, тази година ще ги увеличим с още 40%.

Второ, можем да увеличим и дела на бензиновите двигатели. Вече няколко години имаме внедрена в производството гъвкава система за взаимозаменяеми бензинови и дизелови мотори.

Ако погледнете числата, цялостната промяна при дизела не е много голяма. Имаме пазари, където делът му расте - като Япония, Южна Корея... В глобален мащаб става дума за спад от едва 3%. Бензинът

расте с 1.5%, електрическото задвижване - с 1.6%. В Европа нещата стоят по-различно, но това е най-вече заради две страни - Германия и Великобритания. Не забелязваме голяма промяна при дизела в Италия, в Испания, в Холандия... Само в Германия и Обединеното кралство.

Така че реакцията ни ще е такава: да предложим гъвкав избор между дизел и бензин. Както и много повече варианти на електрическо задвижване. Подготвяме най-голямата офанзива на пазара за електромобили и плъг-ин хибриди.

Нека видим и какво ще стане с новото правителство в Германия. Новият транспортен министър г-н Шойер каза, че е изцяло против забрани за дизела. Дори и там, където се говори за такива забрани, те не се отнасят до двигателите със сертификат Евро 6. Така че новите автомобили, които продаваме сега, не са засегнати.

**Говорите за трансформацията на BMW от доставчик на премиум автомобили в доставчик на премиум мобилни услуги. Но опитът на много сектори, като звукозаписната индустрия например, показва, че хората не са толкова склонни да плащат за дигитални услуги, колкото за услуги в реалния свят. Освен това с тези схеми за споделяне и наемане, които трябва да направят ползването ▶**

"Досегашният ни  
опит с мобилните  
услуги показва, че  
не губим продажби  
от тях. Вместо  
това намираме  
нови клиенти за  
бъдещето. Вече  
се карат повече  
коли и повече  
километри,  
отколкото преди"

► **на автомобилите по-ефективно, не се ли подготвяте всъщност за едно бъдеще, в което ще продавате по-малко коли?** Досегашният ни опит с мобилните услуги показва, че не губим продажби от тях. Вместо това намираме нови клиенти за бъдещето. Вече се карат повече коли и повече километри, отколкото преди. Тоест не става дума едното да замени другото.

Имаме и много клиенти, които започват да ползват нашите услуги като Reach Now и Drive Now още като студенти, и по-късно наемат или купуват автомобил от нас.

Вече имаме няколко години опит в тази област и го знаем със сигурност. Така че печелим нови клиенти с това, а освен това събираме и данни за клиентите, което също е много важно. Освен това има премиум услуги, за които клиентите наистина искат да плащат.

**Смятате ли, че подмяната на двигателя с вътрешно горене с електромотора е нещо предрешиено? Свършено ли е вече с гизела?**

Преди всичко определено ще се нуждаем от гизеловия двигател, за да покрием новите стандарти за емисиите на CO2 от 2021 година. Без гизела това е невъзможно.

Има и друго: ръстът в продажбите на електромобили, поне в Европа, зависи от три фактора. Първият е какъв продукт се предлага и с какъв пробег - защото клиентите определено се притесняват за пробега с едно зареждане. В това отношение наблюдаваме все по-бързо подобрение.

Вторият фактор е цената - дали това са предложения само във високия сегмент, или говорим за наистина достъпни автомобили. Третият въпрос, който и досега не е решен, е за инфраструктурата. Дори да имаш клиент, който иска електромобила и може да си го позволи, ако няма инфраструктура за зареждане, няма как да му го продадеш. Този въпрос трябва да се реши заедно с политиките и правителствата. За да изпълним целите за 2030 година, трябва да наистина да натиснем в областта на инфраструкту-

рата.

Този трети фактор все още се подценява. Ако погледнете европейските пазари, защо например в Норвегия 30% от продажбите ни са електрически? Защото има идеална инфраструктура. В България например предлагаме същата гама електромобили, но почти не ги продаваме. Накратко, ако не намерим общоевропейско решение на въпроса с инфраструктурата, няма как да постигнем висок дял на електромобилите през 2030, както искат всички.

**Смятате ли, че автомобилната индустрия има проблем с доверието на обществото в наши дни?**

Преди всичко нека правим разлика между автомобилната индустрия и отделните компании. Да, определено трябва да печелим доверие, защото загубихме част от него - и от клиентите, и от обществото, и от правителствата. Но проблемите на бъдещето не могат да се решат само от индустрията - нужни са общите усилия на всички.

Иначе ние в BMW вървим по този път още от 2007. Бяхме сред първите, които предложиха електрическа визия. И от самото начало предупредихме, че това е марафон, а не спринт.

**Ли Шуфу, собственикът на китайската Geely наскоро придоби почти 10% от Daimler за над 7 милиарда евро. Очаквате ли тенденция към консолидации в индустрията?**

Мисля, че ще забележите две тенденции. Първо, повече сътрудничество между компаниите - като например нашето партньорство с конкурентите ни за изграждането на мрежа от зарядни станции, или съвместното ни придобиване на Неге, компанията за дигитални карти.

И второ, убеден съм, че ще има компании, които не могат да си позволят сами да направят технологичната офанзива, която бъдещето изисква - да инвестират в електрически автомобили, в автономно управление, в нови поколения бензинови и

"Ако погледнете какви нови играчи идват в автомобилната индустрия, това само подсказва колко интересна е тя. Tesla и другите компании не биха се присъединили към нас, ако този сектор нямаше обещаващо бъдеще"

гизелови двигатели... Това изисква нарастващи разходи за развойна дейност, които ние правим, но не всички могат да си ги позволят. Особено при тази неизвестност. Кой от нас около тази маса може да каже в коя страна ще се развият водородните клетки? Токио например ще наблегне много на тях за олимпиадата през 2020 година. Следователно трябва да инвестираме и във водорога...

**Съвсем наскоро започнахте партньорство с група китайска компания, Great Wall?**

Планираме съвместно предприятие, чиято цел е електрификацията на MINI и локализирането на марката в Китай. Знаете, че в момента тя се внася там и съответно е доста скъпа. Ако можем да предложим достъпно електрическо MINI за китайските градове, това ще е шанс за растеж. По този начин бихме покрили китайските регу-



лации за задължителната квота от автомобили с нулеви емисии, и ще отговорим на търсенето там.

Изобщо Китай ще се развива по много различен начин от останалите основни пазари. Това ще е вероятно първото общество, което ще стане изцяло безкешово. Ще има разминавания и между Европа и Северна Америка. Затова днес трябва да имаш отделен план за всеки от трите региона. И съответните партньори.

За да се върна към сътрудничеството, самият напредък на технологиите ни го налага. Има области, в които автомобилните компании не са силни, или пък са твърде бавни. Вземете дигиталните карти за автономното шофиране например. Ако зад ъгъла има катастрофирала Toyota, да речем, вашето BMW може да не разбере за това, защото Toyota не ползва същата дигитална карта. Това трябва да се избегне. Колкото повече компании са включени,

толкова повече информация ще се събира, а тъкмо тя прави автономното управление по-безопасно. А за целта са нужни големи инвестиции.

**BMW откупи дела на Sixt от компанията за споделяно пътуване DriveNow. Mercedes откупи от Europcar аналогичната Car2Go. Ако обедините усилия, можете да създадете най-голямата платформа за споделяне на автомобили в света. Интересува ли ви това?**

Няма да коментирам.

Но мобилните услуги са част от стратегията ни за бъдещето. Автономното управление например може да върви ръка за ръка със споделянето и наемането на автомобили.

**Може ли споделянето да е печеливш бизнес?**

Дори и днес в много градове е печеливш за

нас. Не навсякъде, просто защото поведението на клиентите на различните места е различно. Но определено това може да е печеливш бизнес.

**Като става дума за печалби, виждате ли начини производството на електромобили да стане по-евтино?**

Решаващото, както винаги при въвеждането на нови технологии, е кой ще е първият, който постигне икономии от мащаба. Кой ще успее да направи новата технология по-евтина. Сравнено с двигателя с вътрешно горене, електрическото задвижване е много по-скъпо. Трябва да понижиш тази цена, иначе ще губиш пари. И понеже губиш пари, не можеш да продаваш големи обеми. Ние сме вече в петото поколение на електрическото си задвижване, и с всяко следващо намаляваме цената с една стъпка. Примерно сега използваме много по-малко скъпи суровини за електромоторите. Защото тези ►

► суровини ще стават все по-дефицитни с развитието на технологията.

#### Оптимист ли сте за бъдещето на автомобилната промишленост?

Ако погледнете какви нови играчи идват в автомобилната индустрия, това само подсказва колко интересна е тя. Tesla и другите компании не биха се присъединили към нас, ако този сектор нямаше обещаващо бъдеще.

#### Как гледате на намеренията на президента Тръмп да въведе рестрикции върху вноса на стомана и евентуално на автомобили в САЩ?

Преди всичко не се притеснявам за BMW, защото ние сме вероятно в най-добро положение от всички. Най-големият ни завод е в Спартанбърг, в Южна Каролина, там произвеждаме много от X-моделите, които са много търсени на американския пазар, и изнасяме продукцията и за други пазари. Всъщност ние сме най-големият нетен износител на автомобили от САЩ. 70% от продукцията ни отива за експорт.

Така че ние сме по-защитени от останалите.

Все пак нашият бизнес модел е основан на свободната търговия. Винаги в историята, когато свободната търговия по света е била възпрепятствана, от това са страдали и двете страни. Търговията е инструментът за създаване на богатство и благополучие. Именно благодарение на свободната търговия ние създадохме 11 000 работни места в Спартанбърг.

#### Казвате, че без дизела новите екологични цели на Европейския съюз за 2021 са неизпълними. Но при намаляващия дял на дизела от продажбите ви и увеличаващия се дял на бензина как ще покриете тези нови стандарти? Става дума за още около 20 грама на километър CO<sub>2</sub>, които трябва някак си да отпразднете?

В миналото никога не сме пропускали да покрием стандартите. Всъщност бяхме първите, които го постигнаха на доброволни начала, още преди да станат задължителни. Така че твърдо възнамеряваме да покрием и целите за 2021. Това става по-трудно, ако дялът на дизела намалява. Важен е също и ръстът при електромоделите, който вече не зависи само от нас, а и от инфраструктурата.

Електрификацията вероятно ще доведе до намаляване на работната ръка в автомобилния сектор. Вашият шеф по развойната дейност Клаус Фрьолих ни каза, че за да избегнете това и да защитите собствените си работници, още преди десет години сте започнали да изтегля-



"Изобщо Китай ще се развива по много различен начин от останалите основни пазари. Това ще е вероятно първото общество, което ще стане изцяло безкешово"

#### те все повече дейности от подгоставчици вътре в самата BMW. Не означава ли обаче това и по-висока концентрация на риск и разходи? Трябва ли гоставчиците ви да се притесняват?

Ако искаш да си технологичен лидер, е задължително ключовите технологии да са при теб, вътре в компанията. Независимо дали е автономно управление, електромобели, бензинови или дизелови двигатели. Ако аутсорсваме повече, в някои случаи това дори би ни струвало по-скъпо. И при всички случаи ще е по-сложно.

Например ние произвеждаме при нас всички компоненти на нашето електрическо задвижване. Ако не беше така, нямаше как да постигнем намаляването на себестойността.

#### В сравнение с двата си основни конкурента в Германия, повече компоненти ли произвеждате сами?

Със сигурност повече. И повече собствени технологични разработки. От години е така.

Вашите конкуренти създават изцяло електрически платформи, върху които ще строят отделни електрически гами. Вие разработвате гъвкава система, която ще позволи един и същи модел да са електрически, хибридни или с вътрешно

#### горене. Защо е тази разлика?

Вярвам, че това е правилната стратегия. Вземете следващите десет години. Кои от нас тук, около тази маса, би могъл да предвиди колко електрически автомобили ще продадем в Русия през 2023?

Или да вземем за пример Европа. Споменахме проблема с инфраструктурата. Дори клиентът да иска електрически автомобил, ако е притеснен за инфраструктурата, той няма да го купи. Тоест има много несигурност и възможно разминаване между онова, което предвиждаме като потребителско търсене, и онова, което се случва в действителност.

Европейските страни са съвсем различни. С тази гъвкава схема аз мога да реагирам много бързо на промените в търсенето. Докато ако имаш отделна архитектура само за електромодел, първо ти трябва голям и гарантиран обем. В този преходен период това не съществува. Или може би съществува за по-големите компании. Но BMW не произвежда по 10 милиона коли годишно. Вторият въпрос е какво правиш със заводите, които досега са произвеждали двигатели с вътрешно горене, и с хората в тях. Това може да е много скъпо - да имаш заводи, които не работят пълноценно и са с несигурно бъдеще. ■

\* Използвани са и въпроси на други медии.



**ON  
AIR**  
BULGARIA

предаване за автомобили  
неделя 17:00



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

# MAKING ELECTRIC CARS PROFITABLE WILL BE DECISIVE

Harald Krüger, CEO of BMW Group, talks to KOLELA on Bulgaria ON AIR

By KONSTANTIN TOMOV / Photography KOLELA, BMW

**Mr Krüger, there has been much talk about the ruling of the highest Administrative Court in Leipzig which allows local authorities in Germany to apply a ban to diesel engines. More and more people are worried that they may be stuck with a diesel they can't use in the city and won't be able to sell later. Do you need to change the way you allocate investments and resources? How will you react to a rapid decline of diesel?**

I would like to put it into a bigger picture and then come back to the potential diesel bans, because these are only potential.

One pillar is clearly that we would like to be very successful in electrification. Last year we sold over 100,000 electrified vehicles, this year we will grow them by another 40%.

Secondly, we can increase also our petrol portion. For several years now we have had a flexible production system for petrol and diesel engines.

If you look at the figures, the overall change is not too big. We still have markets where we are increasing this diesel – like Japan, like South Korea, for example. On a global basis, the diesel portion is 3% down. The petrol portion is 1.5% up, and the EVs is 1.6% up. Europe is a little bit different. In Europe it's mainly two countries – Germany and the UK. There is little change in diesel in Italy, Spain, the Netherlands... The main countries where we see a change are Germany and the UK.

So our reaction is – we can offer flexibility from diesel to petrol. We can offer much more electrified vehicles. We have the widest product offer

currently on the market of electric vehicles and plug-in hybrids.

Thirdly, we will see what comes with the new government in Germany. The new Minister for Transportation, Mr. Scheuer, stated he is fully against any diesel bans. Even where such bans are considered, they do not apply to Euro 6 engines. The new diesels we are selling now are not impacted by a potential diesel ban.

**You speak of turning BMW from a premium car manufacturer into a premium mobility provider. But the experience of many sectors, such as the record industry for example, has shown that people are less willing to pay for digital services than for services in the real world. And do not these car sharing and rental schemes, intended to make car use more effective, prepare for a future when you will sell less cars?**

Our experience with mobility services is that we are not losing car sales. Instead, we are finding

**"We will definitely need diesel engines to meet the new CO2 emission targets for 2021. Without diesel, this is not possible"**

new potential customers for the future. So there are more cars and more kilometres being driven than before. So it's not a substitution really.

Many customers start using our services, such as Reach Now and Drive Now, as students and later they lease or buy a vehicle from us.

We already have several years of experience in this area and we know this for sure. This way we gain new customers and we collect customer data, which is important as well. In addition, there are premium services which customers are really willing to pay for.

**Do you think the replacement of combustion engines with electric motors is predetermined? Is this the end of diesel?**

First of all, we will definitely need diesel engines to meet the new CO2 emission targets for 2021. Without diesel, this is not possible.

Another thing is that the increase of electrified vehicles, sold on the European market, depends on three main pillars. One is the product offer and the range – because customers could be concerned about the range. That is now going faster and faster.

The second one is pricing – is it expensive or not, is there an offer, is it just top cars or is it something which is affordable.

The third one that has still not been solved is the infrastructure. You might have a customer who wants an electric car and can afford it, but unless he has the infrastructure in the city where he or she lives that will be a reason not to buy an electric car. That's why we need to discuss

"Our experience with mobility services is that we are not losing car sales. Instead, we are finding new potential customers for the future"



this also with politicians and the government. If we want to meet the targets for 2030, we really have to push the infrastructure.

This third pillar is still underestimated. Looking at the European countries, why are 30% of our sales in Norway of electrified vehicles? Because there is a perfect infrastructure. In Bulgaria, for example, we offer the same range of EVs, but we hardly sell any. In short, if we don't have a European solution for the infrastructure development, we will not achieve a higher portion of electric cars in 2030, as everyone wants.

**Do you think that the car industry is facing a public trust issue now?**

First of all, let's separate between the car industry and car companies. Yes, we definitely have to gain trust, because we lost part of it – we have to regain the trust of customers, of the public, of governments. But the problems of the future cannot be solved only by the industry – we can solve these mobility problems only together. At BMW we started this journey in 2007. We were among the first to introduce e-mobility. And we said at the time that this is a marathon, not a sprint.

**Li Shufu, owner of the Chinese Geely, recently acquired almost 10% of Daimler for over 7 billion euros. Do you expect a trend towards consolidation in the industry?**

I think you will see two trends. First, you will see more cooperation between companies – such as our partnership with our competitors to build a

power charging network, or the joint acquisition of Here, the digital map company.

Secondly, I am sure as well that not everyone can afford the technology offensive of the future in terms of investing in electric cars, in autonomous driving, in new technologies of petrol and diesel engines... This requires increased huge investments for R&D, something we do, but which not everyone can afford. Especially with this uncertainty. Who of us around this table knows in which country hydrogen cells will develop? Tokyo for example, will push hydrogen for the 2020 Olympics. We therefore have to also make huge investments into hydrogen.

**Quite recently you started a partnership with another Chinese company, Great Wall?**

We are planning a joint venture, targeting the electrification of the MINI and localizing the brand in China. As you know, right now it is imported and quite expensive there. If we can offer an attractive electric MINI to the Chinese cities and customers, this might be a chance of growth. On the one side this would meet the Chinese regulations of a zero emission vehicle quota, and on the other side you will meet Chinese demand.

In general, China will develop in a very different way from the other main markets. This will probably be the first wholly cashless society. There will be differences between Europe and the United States. So today we need a game plan for all three regions. And the respective partners. Coming back to cooperation, the advancement

of our technology itself requires it. In some areas the car companies are too small or not fast enough. Take the digital maps for autonomous driving, for example. If, let's say, there has been an accident with a Toyota behind the next corner, your BMW might miss it because Toyota is not included in the same digital map, we would miss this opportunity for driving safe. The more companies are included, the more information is collected, and this makes autonomous driving safer. We need high investments for that.

**BMW bought out Sixt to take full control of the DriveNow car sharing company. Similarly, Mercedes bought Car2Go from Europcar. If you join efforts, you can create the world's biggest car-sharing platform. Are you interested in this?**

No comment.

But mobile services are part of our future strategy. Autonomous driving, for example, can go hand in hand with car sharing and rental.

**Can car sharing be a profitable business?**

It is already profitable for us in many cities. Not everywhere, simply because customer behaviour is different in different places. But car sharing is profitable.

**Speaking of profit, do you see ways to reduce the production cost of electric drivetrains?**

The decisive thing, as always when investing in a new technology, is who will be the first to make economies of scale. Who will be able to drive ►

► down the cost of the new technology. Compared to the combustion engine, the electric drivetrain is much more expensive. You need to drive down the cost very efficiently, otherwise you are losing money. And because you are not earning money you cannot sell large volumes. We are now in the fifth generation of our electric drivetrain, and each time we reduce cost by one step. For example, we now use less expensive raw materials in electric motors, because these raw materials come in short supply with the development of technology.

**Are you optimistic about the future of the automotive industry?**

If you see the new players coming into the automotive industry, you can see how interesting automotive is. Tesla and other companies would not join us if this industry would not have a promising future.

**What do you think of President Trump's intentions to introduce restrictions on steel imports and possibly of cars to the United States?**

I am not worried about the BMW Group, because we are probably in the best situation compared to all others. In our biggest plant in Spartanburg, South Carolina, we are building many of the X-models that are in high demand on the US market, and we also export to other markets. In fact, we are the biggest net exporter of cars from the United States. A total 70% of our production goes for export.

So we are much more protected than other companies.

Still, our business model is definitely based on free trade. Every time we do not have free trade across the globe, this will impact both sides. Free trade is a lever for creating wealth. That's how we created 11,000 jobs in Spartanburg.

**You say that without diesel, the EU's new environmental targets for 2021 are unfeasible. But with decreasing sales of diesel and increasing share of petrol, how will you meet these new targets? We're taking about another 20 g of CO2 per km, which you will have to shave off?**

BMW has in the past never missed a target. We were the first ones who did it on a voluntary basis, when it was voluntary. We are clearly committed to deliver also the 2021 targets. That is getting more difficult if the portion of diesel gets lower and is falling more. That depends also on the ramp up of electrified vehicles, which is not just our company offer, but goes hand in hand with the infrastructure.

**Electrification will probably lead to a reduction of the workforce in the automotive sector. Your head of development, Klaus Froehlich, told us that in order to avoid this and to protect your own workers, you started moving more and**



**"In fact, we are the biggest net exporter of cars from the United States. A total 70% of our production goes for export"**

**more component production in-house. Does that mean also concentrating more risk and more cost in-house? Do your suppliers have something to worry about?**

If you want to be a technology leader, you need to have the critical core competences always in-house. If it's autonomous driving, if it's electrification, petrol or diesel engines, whatever. If we would outsource more, it would sometimes even be more expensive. And it would get more complicated.

For example, we have the biggest in-house production of electric drivetrains. Otherwise we would not be able to achieve cost competitiveness.

**If you compare yourself to your two German competitors, do you have more in-house?**

We have more in-house. And more technological developments. And from early on already.

**Your rivals have produced pure electric platforms on which to build the different electrical ranges. You have put your bet on a very flexible system which will enable the same models to be electric, hybrid or internal combustion. Why this difference?**

I believe this is the right strategy. Take the next ten years. Who from us here in this room could predict how many electric vehicles we will sell in Russia in 2023?

Or let's take Europe. Coming back to the infrastructure. Even if a customer wants an electric car, but is concerned about the infrastructure, he will not buy it. So there's a lot of uncertainty in the ramp up between what is seen as customer demand, and what happens in reality.

The European countries are all different. Due to this flexible mobility I can react very quickly to the changes in demand. If you have a solely electric vehicle architecture, first of all you need at least a certain bigger volume, a huge volume that you can afford it. Which in this transition time is maybe not existing. Or maybe only for the bigger companies. But BMW does not make 10 million cars a year.

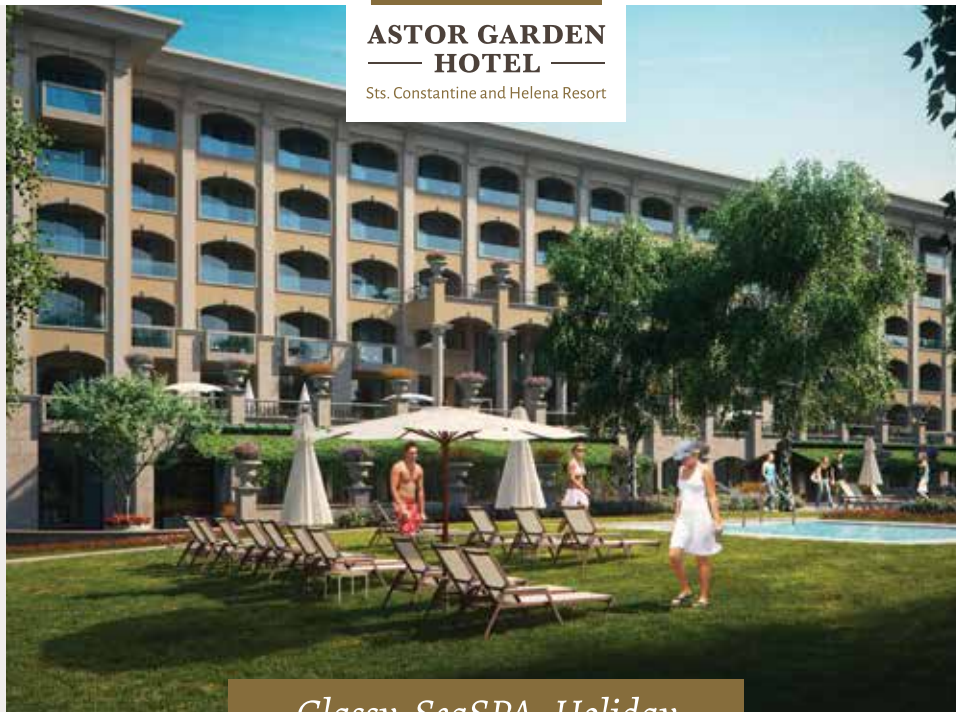
The second question is what you do with the plants that until now produced combustion engines, what do you do with the people. This can be quite cost-expensive if you have plants which are not fully utilized and which have maybe a difficult future. ■

\* Questions of other media have also been used.



## ASTOR GARDEN HOTEL

Sts. Constantine and Helena Resort



The brand spanning new 5-star Astor Garden Hotel in Sts. Constantine and Helena Resort welcomes its first guests in summer 2018. Enjoy your seaside holiday with stylish interior, stunning sea view and amazing garden. You'll only have to walk for a minute and you'll be on the beach or can visit the Aquahouse Thermal & Beach complex with SPA, Balneo and Wellness facilities.

OPENING DATE:  
**Summer 2018**

Астор Гардън е най-новият 5-звезден хотел в курорта Св. Св. Константин и Елена, който ще посрещне първите си гости през лято 2018. Насладете се на морска ваканция сред стилизиран интериор, забележителна крайбрежна панорама и градина. Само на няколко крачки е плажът и термалният комплекс Аквахаус Термал & Бийч, където можете да комбинирате почивката със СПА, Балнео и Уелнес.

ДАТА НА ОТВАРЯНЕ:  
**Лято 2018**

*Classy. SeaSPA. Holiday*

For information, please contact:

T +359 52 81 77 70

e-mail: [reservations@astorgardenhotel.com](mailto:reservations@astorgardenhotel.com)

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



**Graffit** Gallery Hotel

Knyaz Boris I Blvd. 65, Varna 9000, Bulgaria  
phone +359 52 989 900, fax +359 52 989 902  
[reservations@graffithotel.com](mailto:reservations@graffithotel.com)  
[www.graffithotel.com](http://www.graffithotel.com)



## МАЙСКИ ПРАЗНИЦИ\*

Двойна стая – **92.00 евро**

Единична стая – **85.00 евро**

\*Настаняване в по висок клас стая Exclusive \*Закуска \*СПА услуги

\*Повече информация на [www.graffithotel.com](http://www.graffithotel.com)

Валидност на офертата: 01.05. – 31.05.2018

## MAY SPECIAL DEAL\*\*

DBL room – **92.00 EUR**

SBL room – **85.00 EUR**

\*\*Upgrade in Exclusive Room \*\*Breakfast \*\*SPA Services

\*\*More information at [www.graffithotel.com](http://www.graffithotel.com)

Validity of the offer: 01.05. – 31.05.2018



# КОМПАНИЯТА, КОЯТО ИСКА ДА ПРЕОБРАЗИ АВТОМОБИЛА

Ален Висер (Вляво)  
на представянето  
на 02 в Амстердам  
Alain Visser (left) dur-  
ing the 02 premiere in  
Amsterdam



## Lynk & Co се опитва да завладее Европа с технологиите на Volvo и с изцяло нов бизнес модел

Текст КОНСТАНТИН ТОМОВ / Фотография КОЛЕЛА

Когато една съвсем нова марка с китайски собственици стъпи в Европа и обяви, че идва да промени самия бизнес модел на автомобилната индустрия, бихте очаквали това да предизвика най-вече присмех.

**НО СЛУЧАЯТ С LYNK & CO** е малко по-различен. От една страна, защото тя има пълен достъп до технологичните и производствени умения на Volvo. От друга, защото зад гърба ѝ е огромната финансова мощ на Geely - китайския гигант, който миналия месец плати 7.3 милиарда евро за близо 10% от Mercedes-Benz. На 26 март новата компания официално представи плановете си за Стария континент. На церемония в Амстердам Lynk & Co показа и третия модел в гамата си, който носи означението 02. Това е спортен кросоувър, който допълва вече постъпилия в продажба SUV 01 и очаквания дъговиден седан 03. Компанията потвърди, че ще произвежда двата кросоувъра в завода на Volvo в Белгия, на същата поточна линия като XC40, с което те делят обща платформа. Задвижването ще е хибридно, пълн или хибридно или изцяло електрическо.

**НЕ ИСКАМЕ ДА СМЕ ПРОСТО ОЩЕ ЕДНА МАРКА**, подчертава Ален Висер, вицепрезидент по маркетинга на Geely и на Lynk & Co. Новият проект се заканва да ползва съвършено различен бизнес модел от останалите автомобилни производители. Висер добре знае за какво говори - зад гърба му е 30-годишна кариера в автомобилния бранш, през която е бил маркетинг шеф на Volvo, Opel и Chevrolet. Списание Forbes в двете поредни години го избираше сред 10-те най-влиятелни маркетинг директори в света. Първата голяма разлика между Lynk & Co и останалите е, че марката ще залага не на продажби, а на абонаментни договори. Клиентите ще могат да придобиват автомобилите за избран от тях период, без да се тревожат за неща като прехвърляне, регистрация, плащане на данъци или техническа поддръжка. Всичко това е грижа на Lynk & Co.

**ВТОРО, НОВИЯТ БРАНД ЩЕ СКЪСА НАПЪЛНО** с дилърските мрежи като средство за дистрибуция. Вместо да продава автомобилите на търговци, Lynk планира да открие свои собствени представителства във всички европейски столици, започвайки от Амстердам (София ще е вероятно на финала). Но това няма да са шоуруми в покрайнините на градовете, а

по-скоро магазини като тези на Apple или Samsung, разположени по най-оживените улици, моловете и т.н. Ще има и мобилни "магазини", които ще пътуват от град на град.

Отказът от дилърите ще съсредоточи целия риск върху компанията, особено във времена на икономически спад. "Действително е така", усмихва се Висер в отговор на въпроса на "КОЛЕЛА". "Тъкмо затова инвестицията в нашата собствена търговска мрежа ще е наистина минимална. Това е един минималистичен подход, който намалява и риска".

**ТРЕТАТА ОСОБЕНОСТ** на Lynk & Co, както загатва и самото име на марката, е акцентът върху свързаността и споделянето. Когато 01 се появи на европейския пазар дъговидно, това ще е първият автомобил с въведен бутон за споделяне. С едно натискане на копчето можете да направите колата си достъпна и за групи хора в часовете, в които не я ползвате - когато сте на работа например. Това би могло да ви носи добри приходи и да поема голяма част от стойността на наема.

Това също крие някои капани: ако започнем да споделяме колите си и да ги използваме по-ефективно, няма ли да намалеят продажбите на автомобилните производители? "Ние работим точно за това", кима Висер. "Може би звучи странно, но е факт. Разбира се, ние не сме благотворителна организация и искаме да правим пари. Но няма да ги правим, като продаваме колкото се може повече коли. Вместо това искаме да продаваме бизнес модела си, нашата концепция за мобилност, която е за абонамент вместо покупка. И действително искаме да намалим броя на колите по улиците, като предложим споделяне".

**СПОДЕЛЯНЕ, ЕЛЕКТРИЧЕСКО ЗАДВИЖВАНЕ** и прицел в младежката публика звучи като добра рецепта за Западна Европа, но не чак толкова - за Източна. "На този етап нямаме конкретен план за Източна Европа", признава Ален Висер. "Автомобилната индустрия много често е правила грешката да третира страните там като втора класа, да смята, че те не са претенциозни, и им стигат простички седани. Нашето виждане е, че тенденциите, които следваме, са глобални и важат и за Източна, и за Западна Европа. Всички искат добри услуги и добре изглеждащи коли. Така че не искаме да казваме: това е добро за Запада, това става за Изтока. Не мислим, че има разлика". ■

# The Company that Wants to Transform the Automotive World

Lynk & Co is trying to conquer Europe with Volvo technology and an entirely new business model

By KONSTANTIN TOMOV / Photography KOLELA

When a quite new Chinese-owned brand steps in Europe and announces that it will change the very business model of the car industry, you expect this to be laughed at.

**BUT THE CASE OF LYNK & CO** is a bit different. On the one hand, because it has full access to Volvo's technological and production skills. On the other hand, because it is backed by the huge financial power of Geely – the Chinese giant which last month paid 7.3 billion euros for nearly 10% of Mercedes-Benz.

On 26 March, the new company officially presented its plans for Europe. At a ceremony in Amsterdam, Lynk & Co also showed the third model in its range, the 02. This is a sports crossover that complements the already sold SUV 01 and the 03 sedan expected next year. The company confirmed that it will make the two crossovers in the Volvo plant in Belgium, on the same line as the XC40, with which they share a common platform. The drivetrain will be hybrid, plug-in hybrid or all-electric.

**WE DON'T WANT TO BE JUST ANOTHER BRAND**, says Alain Visser, Senior Vice President Marketing at Geely and Lynk & Co. The new project intends to use a completely different business model than the other carmakers. Visser knows what he's talking about – the 30-year auto industry veteran has been marketing head of Volvo, Opel and Chevrolet. For two years running, Forbes Magazine named him among the ten most influential marketing directors in the world.

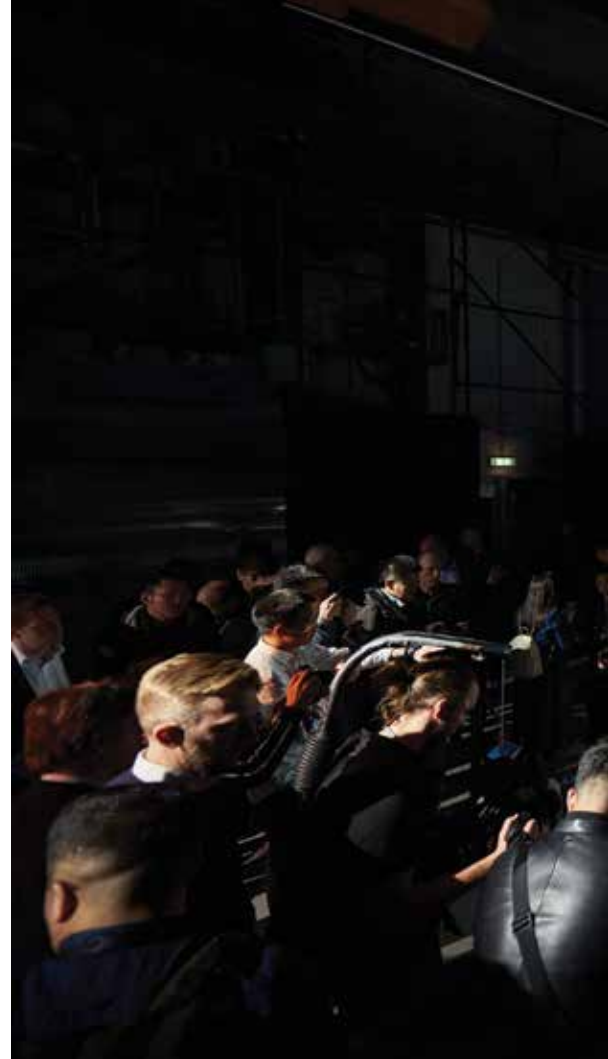
The first big difference between Lynk & Co and the rest is that the brand will bet on subscription rather than sales. Customers will be able to acquire cars for a chosen period, without worrying about things like transfer, registration, taxes or technical support. All this is handled by Lynk & Co.

**SECONDLY, THE NEW BRAND WILL GET RID** of dealer networks as a means of distribution. Instead of selling the cars to traders, Lynk plans to open its own showrooms in all European capitals, starting with Amsterdam (Sofia is likely to be last). But these won't be showrooms on the outskirts of town, but rather stores like those of Apple or Samsung, located on busy streets, in malls, etc. There will also be mobile stores that

will travel from city to city.

Getting rid of dealers will concentrate the entire risk within the company, especially in times of economic downturn. "Yes, that's true," Visser smiles. "That's why investment in our own retail is really minimal. It's a minimalistic approach which minimizes therefore also the risk."

**THE THIRD FEATURE** of Lynk & Co, as the brand's very name implies, is the focus on connectivity and sharing. When the 01 appears on the European market next year, it will be the first car with an in-car sharing button. This will make your car accessible to other people when you don't use it - when you are at work, for example. It could give you a good income and pay for much of the rent.





TECHNOLOGY  
AUTOMOTIVE

ON  
AIR  
BULGARIA

It also hides some pitfalls: if we start sharing our cars and use them more effectively, won't car sales go down? "That's exactly our objective," Visser nods. "It may sound strange, but it's true. I'm not going to say we're a charity organisation, we want to make money. But the money we make is not by selling as many cars as possible. The money we make is by selling our business model, our mobility concept, which is subscription. And we believe that part of our brand is indeed to reduce the number of vehicles by offering sharing."

**SHARING, ELECTRIC DRIVE** and targeting young audiences sounds like a good model for Western Europe, but not so much for Eastern Europe. "We don't have a concrete plan for Eastern Europe yet," Alain Visser admits. "The car industry has often made the mistake of treating these countries as second class countries, believing that they want simple sedans, that they are not that demanding. Our view is that the trends we see in the world are global, for Eastern and Western Europe alike. All cultures want great services and great looking cars. So we don't want to say this is good enough for Western Europe, but this is good enough for Eastern Europe. We don't see that." ■

AQUA  
HOUSE  
THERMAL & BEACH

## Здраве и красота чрез силата на водата

Аквахаус Термал & Бийч и Хотел Балнео & СПА Азалия

## Health and beauty by the power of water

Aquahouse Thermal & Beach and Azalia Hotel Balneo & SPA

Съвместни пакетни програми

7  
ДНЕВНИ  
days

Package programs



Лечебна | Therapeutic

791  
BGN



Алготерапия | Algotherapy

791  
BGN



Таласотерапевтична | Thalassotherapeutic

791  
BGN



Аюрведична | Ayurvedic

901  
BGN



Детокс | Detox

901  
BGN

\*цената е за 7 нощувки на човек на база ВВ в двойна стандартна стая в Хотел Балнео & СПА Азалия с включени процедури в Аквахаус Термал & Бийч  
\*удобен трансфер  
\*офертата е валидна до 30.04.2018, без официалните празници

\*the price is for 7 nights per person on BB in DBL standard room in Azalia Hotel Balneo & SPA with treatments in Aquahouse Thermal & Beach  
\*a comfortable transfer  
\*the offer is valid until 30.04.2018, not valid for public holidays

Varna, St. St. Constantine and Helena Resort, T: +359 52 812 812, info@aquahouse.bg, [aquahouse.bg](http://aquahouse.bg)  
Varna, St. St. Constantine and Helena Resort, T: +359 52 358 777, reservations@azaliahotel.com, [www.azaliahotel.com](http://www.azaliahotel.com)

международна конференция

# ОБРАЗОВАНИЕ И БИЗНЕС региони

10.05.2018

хотел "Маринела" | 16:00 часа

ON  
AIR

[www.edu-business.info](http://www.edu-business.info)

генерални  
партньори:



Aurubis

специален  
партньор:



С партньорството на АЕЦ Козлодуй ЕАД



100 JAMES BOURCHIER BOULEVARD | HOTEL MARINELA | RSVP: 0877 745 555



# ИГРИ НА СВЕТЛИНАТА

## TRICKS OF LIGHT

Веселин Атанасов от Казанлък спечели тазгодишната награда на Sony World Photography Award в категория "Пейзаж и природа". Творбата му, наречена "Ранна есен", ще е част от заключителната изложба на конкурса в Лондон (20 април - 6 май). Престижната награда е в три категории – за младежи, за аматьори и за професионалисти. Победителите в първите две получават по 5 000 долара, а авторът на най-добрата професионална снимка – 25 000 долара и приза "Златният ирис" (L'Iris D'Or).

Veselin Atanasov from Kazanlak has won the annual Sony World Photography Award for 2018 in Landscape and Nature category. His work, called Early Autumn, will be part of the 2018 Sony World Photo Exhibition in London (from 20th April - 6th May). The prestigious competition is held in three categories: youths, amateurs, and professionals. The winners in the first two were awarded 5,000 dollars, and the author of the best professional shot – 25,000 dollars and the L'Iris D'Or prize.

*Снимките се публикуват с разрешението на 2018 Sony World Photography Awards  
Photographs courtesy of the 2018 Sony World Photography Awards*



Ранна Есен. Веселин Атанасов, България  
Early autumn. Veselin Atanasov, Bulgaria.



Всеки твой дъх. Клаус Ленцен, Германия  
Every breath you take. Klaus Lenzen, Germany



Стари приятели. Мануел Арменис, Германия  
Old friends. Manuel Armenis, Germany



Човекът и загадъчната кула. Андреас Пол, Германия  
The man and the mysterious tower. Andreas Pohl, Germany



Емил. Ник Долдинг, Великобритания  
Emile. Nick Dolding, United Kingdom

Неочаквана среща. Юстина Ждунчик, Полша  
An unexpected meeting. Justyna Zduńczyk, Poland



Очертания в Лофотен. Микел Бейтер, Дания  
Shapes of Lofoten. Mikkel Beiter, Denmark



Неделен бюфет в Кълъмбъс, Тексас. Ричард Фришмън, САЩ  
Sunday Buffet at Jerry Mikeska's BBQ; Columbus, Texas. Richard Frishman, USA



Младият минотаур. Панос Скордас, Гърция  
Young minotaur. Panos Skordas, Greece

NOT SIMPLY A WINE  
IT'S THE BULGARIAN TREASURE



BULGARIAN TREASURE RESERVE IS A WINE, THAT IS BOTTLED ONLY FROM THE BEST VINTAGES WITH SENSATIONAL QUALITY.

THE PROFESSIONAL-WINEMAKERS TAKE CARE FOR THIS WINE MORE THAN 54 MONTHS, IN ORDER TO RAISE AND MAKE A HARMONIOUS, COMPLETE AND UNIQUE PRODUCT. IN A WORD A TREASURE... BULGARIAN TREASURE!

[WWW.BULGARIANTREASURE.BG](http://WWW.BULGARIANTREASURE.BG)

**ЗАСТРАХОВКА**

**ЗАЩИТЕНА ФАМИЛИЯ**

**Великденска промоция**



**ЗАСТРАХОВАЙТЕ СВОЯ ДОМ НА ПРОМОЦИОНАЛНА ВЕЛИКДЕНСКА ЦЕНА!  
С 20% отстъпка до 31 май 2018 г.**



ЗАСТРАХОВАТЕЛНО  
АКЦИОНЕРНО ДРУЖЕСТВО  
**Армеец**  
[www.armeec.bg](http://www.armeec.bg)

**Винаги с Вас!**

# 88 | ДОМ КАТО ЕДНА ЧОВЕШКА ДЛАН

HOME THE SIZE OF A PALM



104 | БЕДНАТА БОГАТАШКА  
POOR LITTLE RICH GIRL



110 | ПРАЗНИЦИ НА СТОМАХА  
FESTIVALS OF THE STOMACH



# АФИШ

Събитията  
и нещата, за  
които ще се  
говори през  
април



## КЛАСИКА

**TANGO //** Почитателите на Людмил Ангелов и Веско Ешкенази знаят, че често би съът на общите им концерти е танго. Този път пианистът и цигуларят изпълняват цял концерт, съставен от най-известната музика на Аржентина. Освен композиции на класиците Астор Пиаццола и Карлос Гардел, публиката ще има възможност да чуе и произведения на Ариел Рамирес и Хулио Сандерс. Концертът е под патронажа на Посолството на Аржентина.

11 април, НДК, София



## КНИГА

**ХАЛА //** Дебютният роман на Нейтън Хил разказва за писателя Самюел, който също се бори да напише книга, годна за публикуване. Отегчен от преподавателската си професия, той не знае от къде да започне, докато майка му Феѝ не става герой на новините. Самюел не е виждал Феѝ от 30 години и решава да използва невероятния контраст между това, което той знае за нея, и гневната жена от новините, за да създаде биографичен роман.

Издателство "Хермес"



## КИНО

**ГЪНКА ВЪВ ВРЕМЕТО //** "Гънка във времето" от детските книжки, любими и на големите (поне в САЩ е така). В нея едно момиченце, заедно със своя брат и техен приятел пътуват през измеренията, за да открият бащата на братя и сестрата, като междувреме се налага да се борят с тъмните сили. Участват Опра Уинфри и Рийз Уидърспун, а режисьор е нашумялата с филма за Мартин Лутър Кинг „Селма“ Ава Дюверней.

От 6 април по кината

EN

## CLASSICAL MUSIC

**TANGO //** Ludmil Angelov and Vesko Eschkenazy fans know that the encore of their joint concerts is often a tango. This time the pianist and violinist will perform an entire concert composed of Argentina's most famous music. Besides the classical composition of Astor Piazzolla and Carlos Gardel, the audience will also have the opportunity to hear works by Ariel Ramírez and Julio Sanders. The concert is under the auspices of the Embassy of Argentina.

April 11, NDK, Sofia

## BOOK

**THE NIX //** Nathan Hill's debut novel tells of the writer Samuel who is struggling to write a book suitable for publication. Bored with his teaching profession, he doesn't know where to start until his mother Faye hits the news. Samuel hasn't seen Faye for 30 years and decides to use the incredible contrast between what he knows about her and the angry woman in the news to write a biographical novel.

Hermes Publishing House

## CINEMA

**A WRINKLE IN TIME //** One of the children's books loved by both young and old (at least in the United States). In it a young girl, her brother and their friend travel through the dimensions to find the siblings' father and are forced to fight the dark forces along the way. Starring Oprah Winfrey and Reese Witherspoon, the film is directed by Ava DuVernay, known for Selma, her film about Martin Luther King.

In cinemas from April 6

Events and  
things that  
will be  
discussed in  
April

# POSTER

## КОНЦЕРТ

**СИЛВИ ВАРТАН** // Определяна като най-успешната световна музикална звезда от български произход, Силви Вартан винаги предизвиква топли чувства у почитателите си в България. Този месец тя пристига за последните си изпълнения на родна земя – на 19-и във Варна и на 21-и в София. С продължителност над 2 часа и с 12 музиканта зад гърба си, двата концерта включват най-популярните песни от дългогодишната ѝ кариера.

19 април, Дворец на културата и спорта, Варна

## ФОТОГРАФИЯ

**МЕРИ ЕЛЪН МАРК** // Една от най-влиятелните жени фотографи работи в продължение на 5 десетилетия и създава някои от най-любопитните портрети в историята на това изкуство. Интересното е, че я вълнуват както лицата на холивудските знаменитости, така и тези на бездомниците от Бомбай и Сиатъл, децата от индийските улици и хората с ментални заболявания от Ню Йорк. Това е първата изложба на Мери Елн Марк в България в рамките на платформата за съвременна фотография "Майстори на фотографията".

До 22 април, Софийска градска художествена галерия, София

## МЮЗИКЪЛ

**ИСУС ХРИСТОС - СУПЕРЗВЕЗДА** // Турнето на най-известната рок опера е част от тържествата по повод 70-та годишнина на съзателя си Андрю Лоуд Уебър, а трите представления в България са точно преди Великден. Бродуейският мюзикъл пристига с 55 човека музиканти, артисти и екип, а в ролята на Исус е Тед Нийли - актьорът, играл ролята по-дълго, отколкото Спасителят е живял. Най-популярните песни от мюзикъла са „Gethsemane (I Only Want to Say)“, „I Don't Know How to Love Him“ и „Could We Start Again Please?“

5, 6 и 7 април, Зала 1 на НДК, София

EN

## CONCERT

**SYLVIE VARTAN** // Regarded as the most successful world music star of Bulgarian origin, Sylvie Vartan has always been fondly admired by her fans in Bulgaria. This month she is arriving for her last performances on native soil – on April 19 in Varna and on April 21 in Sofia. In over two hours and backed by 12 musicians, the two concerts will include the most popular songs of her long career.

April 19, Palace of Culture and Sports, Varna

## PHOTOGRAPHY

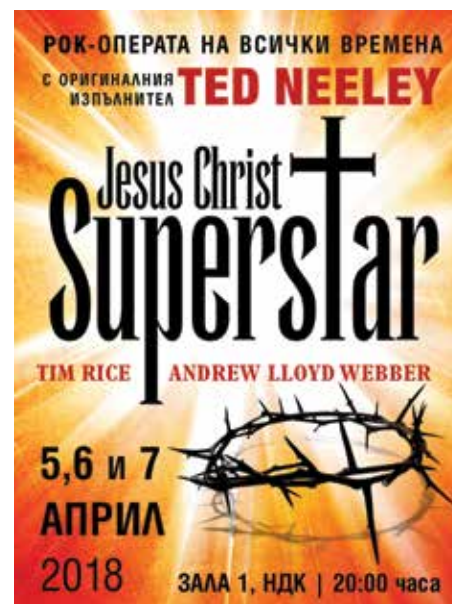
**MARY ELLEN MARK** // One of the most influential female photographers worked for five decades to create some of the most curious portraits in the history of this art. Interestingly, she was equally intrigued by the faces of Hollywood celebrities, and those of homeless people in Mumbai and Seattle, Indian street children and the mentally ill in New York. This is Mary Ellen Mark's first exhibition in Bulgaria, organised within the framework of the contemporary photography platform Masters of Photography.

On till April 22, Sofia City Art Gallery

## MUSICAL

**JESUS CHRIST SUPERSTAR** // The tour of the most famous rock opera is part of the celebrations marking the 70th anniversary of its creator Andrew Lloyd Webber, and the three performances in Bulgaria are just before the Orthodox Easter. The Broadway musical is arriving with 55 musicians, artists and crew. It stars Ted Neeley, an actor who has played the role of Jesus longer than the Saviour actually lived. The most popular songs from the musical are Gethsemane (I Only Want to Say), I Don't Know How to Love Him, and Could We Start Again Please?

April 5, 6 and 7, NDK Hall 1, Sofia



Текст: КРИСТИНА НИГОХОСЯН / Визуал: КРИСТИНА НИГОХОСЯН

НОВО

## КУХНЯ В ЦВЯТ БЕТОН

Индустриален вид – цветът бетон се утвърждава и налага не само в архитектурата, но все по-често и в интериорния дизайн. Лицата от натурален и елегантен цвят бетон са изключително интересно и лесно за поддръжка решение за кухнята, като създават модерно градско излъчване. Комбинацията с декори в дървесна текстура и подходящи аксесоари придава съвременна визия и изискан стил.



# ТЕНДЕНЦИИ В КУХНЯТА 2018

**КУХНЯТА** е това помещение в дома, което се превръща в събирателна стая за цялото семейство. Тук се срещаме не само, за да вечеряме, но и за забавления, разговори, игри. Тук каним приятелите ни, тук дори работим и помагаме на децата в подготовката за училище. Кухнята излиза извън границите на цикъла „готвене – хранене“, а се оформя като част от всекидневната, особено когато стане въпрос за отворено жилищно пространство. Ето защо е важно да следваме всички тенденции и да създадем интериор, който да се отличава с лукс, стил и класа.

**ДРЪЗКИ И ЖИВИ ЦВЕТОВЕ** – и през 2018 година живите цветове ще бъдат сред водещите с фокус към скандинавските мотиви – цветни шкафове, колона или пълен максимализъм – сблъсък на няколко цвята, които ще превърнат кухнята в произведение на изкуството. Най-важното е цветовете да отразяват същността, темперамента и нуждите на собствениците си. Например, пространството за готвене може да бъде в по-светли тонове докато това за почивка в по-тъмни.

**ДЕЛИКАТНИ И ПАСТЕЛНИ КРАСКИ** – прекрасен избор да създадете

контрастно кътче или закачлив елемент в кухнята. Пастелният нюанс на цветовете като бледо жълто, зелено, ментово и розово са перфектни за „уу“ ефект.

**НЮАНСИ НА СИНЬОТО** – това синьо! Все повече се наблюдава търсенето на различни нюанси на синьото като основен или допълващ цвят при обзавеждането на кухнята. По-тъмните вариации преобладават като избор. Определено се счита за смел ход и е подходящ за хора, които искат да изразят себе си по един по-дързък начин, но същевременно да запазят стилния характер на кухнята.

НОВО

## КУХНЯ С МЕТАЛЕН ЕФЕКТ

Метален ефект – заимстваната комбинация от метал с бронзов оттенък и благородни меко матови-черни повърхности в кухните придава стил и пленява със своя луксозен вид. Елегантното лице, металните акценти и вратите без дръжки осъществяват плавен преход между кухня, дневна и трапезария. Правите линии, ефекта на благородни метали в цветовата комбинация за лице и изчистеният дизайн са едни от тенденциите за 2018 година. Постигане на патина ефект чрез окисляване, химикали и топлина, които придават драматичен и удивителен завършек на кухнята. Всичко зависи колко ще развихрите фантазията си – месингови врати и дръжки, фурни и мивки в бронз, злато или сребро са ключови тенденции.



**ОТКРИТИТЕ РАФТОВЕ** се превръщат в истинска мания! Изключително популярна тенденция за хора, които искат да демонстрират личен почерк с аксесоари или луксозни храни, зеленина, декоративни растения или цветни кутии с подпрапки.

**ДРЪЖКИТЕ** – правоъгълни, овални, с орнаменти или с цветя, придават минималистичен, класически или модерен вид на кухнята. Те са безспорен доминиращ аксесоар!

**ОСВЕТЛЕНИЕТО** е ключът към съвършения дизайн на една кухня. Скрити светодиоди или ексцентрична лампа могат да трансформират изцяло визията на помещението. Дали те ще са в центъра на интериора или като допълнение зависи изцяло от вас.

**УМНИТЕ КУХНИ** – технологиите няма да подминат и кухнята като все по-голям брой приложения ще я превръщат в умно пространство, в което не просто ще готвим, а ще се забавляваме. Приложения, чрез които

ще пускаме фурната, осветлението, музика, рецепти. Сред най-иновативните е това, което осигурява чиста питейна, газирана или вода за готвене с натискането само на един бутон.



**aiko**

**XXXL**

Aiko е отворен за вас от понеделник до събота 10.00 - 20.00, неделя 10.00 - 19.00

София бул. Европа № 441; ул. Околовръстен път № 135; Стара Загора бул. П. Евтимий № 50; Бургас бул. Янко Комитов № 8; Варна бул. Вл. Варненчик № 277А

# Дом като една човешка длан

Мини или плуващи къщи, домашни роботи и „умна“ инфраструктура – кои са тенденциите в архитектурата и дизайна през 2018

Текст КРИСТИНА НИГОХОСЯН / Фотография АРХИВ

Архитектурата и дизайнът отдавна не са просто занимания, натоварени със задачата да създават красив краен продукт, за който някой ще е готов да плати. И слава богу! Именно в тези сфери често се търсят отговори на въпроси, които политиците първа трябва да се научат да си задават по-често. Пример е последната Холандска седмица на дизайна, където обединяващата тема Good Design for Bar World включваше дискусии в търсене на решения на климатичните промени, бежанската криза, тероризма и замърсяването. Някои от големите тенденции не са чак толкова революционни, но определено са наясно, че светът има нужда не само от красота, но и от практичност.

## ПЛАВАЩИ КЪЩИ

Глобалното затопляне и топенето на арктическия лед е причината за главоломно покачване на нивото на океаните. А с това жители на градове като Амстердам, Венеция или Лагос са заплашени да загубят домовете си. Според някои архитекти, главно холандските, решението са плаващи къщи или такива на понтони. Stuvia като Framework Architecten и Studio Prototype създават проекти за къщи на платформи, като

някои от помещенията се намират и под водата. BIG на Бярке Ингелс стига по-далеч, като планира строежа на „плаващ“ жилищен комплекс в Амстердам - 380 енергоефективни апартамента, 4 хил. квадратни метра търговска площ и собствена marina.

## УВЕЛИЧЕНА РЕАЛНОСТ

Стана популярна за широките маси, благодарение на приложението Pokemon Go, но предлага много повече възможности от това да „ловите“ виртуални същества в реалната заобикаляща среда. Увеличената реалност може да се ползва в интериорния дизайн, рекламата, навигацията, както и в сферата, където е най-позната – игрите. Освен това ще даде възможност да хората да вдигнат глави от екрана на смартфона си и да се огледат наоколо.

## „ВИСЯЩИ“ ДОМОВЕ

Решението за изнесени на конзоли части от постройката се взема с цел допълнителна квадратура, неравен терен или пък улавяне на определена гледка и изложение. Долният ви етаж може да е разположен спрямо терена на имота ви, но пък никой не е казал, че горният не може да е завъртян в съвсем различна посока. Резултатът са

авангардни „разчупени“ постройки, които не винаги се вписват във възприятията ни за добър стил.

## ДИГИТАЛНИ АСИСТЕНТИ И ДОМАШНИ РОБОТИ

Умните спикъри са търсен продукт в последните години, защото се интегрират с гласови асистенти като Alexa на Amazon и асистента на Google. Очаква се пикът в търсенето им да настъпи през 2019, като тогава ще се интегрират в коли, огледала, електроуреди и други устройства. По-артистичното измерение на умните спикъри са домашните роботи. Миналата година Kiri се превърна в хит, защото беше първата подобна машина, която променя изражението си, кима с глава и разпознава гласове. По което не се различава от кучето ви, освен че няма да ви обlige. Какво полезно върши? Наблюдава дома ви, докато ви няма, и може да "предава" по wi fi какво се случва там.

## МИКРО СГРАДИ

Щяхме да си помислим, че „слабите“ сгради е поредната архитектурна тенденция, идваща от Амстердам, ако не се бяхме сетили за Тагао Анго. Неговата Row House ►



► е с ширина три метра и е завършена през 1973 – години преди светът да осъзнае, че ще има нужда от ефективни решения за нарастващото население в градовете и намаляващите пространства там. Япония, Виетнам, САЩ, Великобритания и, разбира се, Холандия са част от държавите, в които практиката на високите и тесни сгради дава възможност на хората да живеят там, където са избили – в пренаселените градове. Липсата на пространство, както и по-слабите икономически възможности на младежите вдъхновяват хонгконгското студио James Law Cybertecture да създаде проекта OPod Tube Housing – бетонни тръби с диаметър 2.5 м и дължина 9 метра, които се „натрупват“ в малкото останали празни пространства между сградите в китайския мегаполис. Те осигуряват дом, макар и тесен, на млади хора, които търсят кариера в града. Ограниченото пространство е причина за други хитри изобретения като например миялната машина Tetra на дизайнерската фирма Frog, която може да се ползва за миене на чинии, задушаване на храна на пара и изваряване на бебешки съдове.

#### УМНА ИНФРАСТРУКТУРА

За първи път тази година на изложението Consumer Electronic Show в Лас Вегас имаше зона, посветена на умните градове. Технологичните иновации могат да допринесат за подобряване на градската среда по много начини – от краудфъндинг кампании за паркинг места до улични лампи, които измерват дълбочината на снежната покривка по пътищата. Тенденцията е в Америка фокусът да падне върху мобилността и транспорта, докато в Европа ще заложат повече на технологии, свързани с намаляване консумацията на енергия. Един от първите експериментални проекти е на Sidewalk Labs, които планират изграждането на комплекс от близо 50 хил. квадратни метра в крайбрежен квартал на Торонто, където да приложат умни технологии, материали и процеси.

#### 3D ПРИНТИРАНИ МЕБЕЛИ

Тенденцията не е нова и вече се ползва от много дизайнери без да предизвиква скандала, който през 2002 стори лампата-лилия на финландеца Janne Kyttaanen на дизайн изложението в Милано. Оттогава голяма част от продуктите на Китанен са резултат на 3D технологията, която се ползва за производство на лампи, столове, спортни обувки, грехи и каквото друго се сетите. На изложението Maison&Objet през януари в Париж британския дизайн бранд Том Диксон представи колекция текстил, изработена по два коренно противоположни начина – с ръчно плетене и с 3D принтиране. ■



# Ипотечен кредит **ДОМ ЗА ТЕБ**



*От Вкъщи  
по-хубаво няма!*

- С ниски лихви
- Честен подход и прозрачни условия
- Безплатна имуществена застраховка



Централна Кооперативна Банка  
Важният си ти.

0800 11 400  
[www.ccbank.bg](http://www.ccbank.bg)

# Home the Size of Your Palm

Mini or floating houses, domestic robots and a “smart” infrastructure - what are the trend in architecture and design in 2018

By KRISTINA NIGOHOSEYAN / Photography ARCHIVES

Architecture and design have long since stopped being occupations entrusted with the task of creating a beautiful end product, for which someone will be ready to pay. And thank God! It is exactly within these fields where answers to questions, that the politicians will from now on have to learn to ask themselves more often, are often being

sought. An example is the last Dutch Design Week, where the unifying topic Good Design for Bar World included discussions in search of solutions to climate change, the refugee crisis, terrorism and pollution. Some of the trends below are not so revolutionary, but they are definitely aware that the world needs not only beauty, but

practicality as well.

## FLOATING HOUSES

Global warming and the melting of the Arctic ice is the reason for a headlong rise in sea levels. And with it inhabitants of cities such as Amsterdam, Venice or Lagos are at risk of losing their ►



► homes. According to some architects, mainly the Dutch ones, the decision is in floating houses or ones that are built on pontoons. Studios such as Framework Architecten and Studio Prototype are creating projects for houses on platforms, with some of the rooms also being located underwater. Bjarke Ingels's BIG goes further, by planning the construction of a "floating" residential complex in Amsterdam with 380 energy efficient apartments, 4 thousand square metres of sales areas and its own marina.

#### AUGMENTED REALITY

It became popular to the general public, thanks to the Pokemon Go application, but it offers many more possibilities than "catching" virtual beings in the real environment that is surrounding you. Augmented reality may be used in interior design, advertising, navigation, as well as in the sphere where it is best known - games. Besides that it will give people the opportunity to raise their heads from the screen of their smartphone and to take a look around.

#### „HANGING“ HOMES

The decision for parts of the building being extended out on consoles is taken with the aim of gaining an additional area, uneven terrain or a certain view and exposure. Your lower floor may be situated in accordance with the terrain of your property, but no one said that the upper one cannot be rotated in a totally different direction. The result is advanced-guard "eccentric" buildings, which do not always fit in our perceptions for good style.

#### DIGITAL ASSISTANTS AND DOMESTIC ROBOTS

Smart speakers are a sought after product in recent years, because they are integrated with voice assistants such as Amazon's Alexa and Google's assistant. It is expected for the peak in their demand to arrive in 2019, with them then being integrated in cars, mirrors, electrical and other appliances. The more artistic dimension of smart speakers are the domestic robots. Last year Kuri became a hit, because it was the first such machine, changing its expression, nodding and recognizing voices. Which makes it no different than your dog, with the exception of the fact that it will not lick you. What are the useful things it does? It watches your home, while you are away, and "transmits" via wi-fi what is going on there.

#### MICRO BUILDINGS

We would think that "thin" buildings are another architectural trend, coming from Amsterdam, if we hadn't thought of Tadao Ando. His Row House is three metres wide and was completed in 1973 - years before the world became aware that it will need effective solutions for the growing population in the cities and the diminishing spaces there. Japan, Vietnam, the USA, Great

Britain and, of course, the Netherlands are a part of the countries in which the practice of high and narrow buildings gives people an opportunity to live at the place where they've chosen to - in the overcrowded cities. The lack of space, as well as the weaker economic resources of young people have inspired the Hong Kong studio James Law Cybertecture to create the OPod Tube Housing project - concrete tubes with a diameter of 2.5 m and a length of 9 metres, which are being "stacked" in the few remaining empty spaces between the buildings in the Chinese megalopolis. They provide a home, albeit a narrow one, to young people who are looking for a career in the city. The limited space is reason for other clever inventions such as for example the Tetra dishwasher by the Frog design company, which may be used for washing dishes, steaming of food and sterilization of baby food containers.

#### SMART INFRASTRUCTURE

For the first time this year at the Consumer Electronic Show exhibition in Las Vegas there was a zone devoted to smart cities. The technological innovations may contribute improving the urban environment in many ways - from crowdfunding

campaigns for parking places to street lights that are measuring the snow cover on the roads. The trend is for the emphasis in America to be on mobility and transportation, while in Europe the stake will be more on technologies, connected with reducing the energy consumption. One of the first experimental projects is by Sidewalk Labs, who are planning the construction of a complex of almost 50 thousand square metres in a seaside residential quarter of Toronto, where to apply smart technologies, materials and processes.

#### 3D PRINTED FURNITURE

The trend is not new and is already being used by many designers without provoking the scandal which the Lily light of the Finn Janne Kytanen provoked in 2002 at the design exhibition in Milan. Since then a large part of Kytanen's products are a result of the 3D technology, which is being used for the production of lamps, chairs, sports shoes, clothes and whatever else you can think of. At the Maison & Objet fair in January in Paris the British design brand Tom Dixon presented a collection of textiles, manufactured in two diametrically opposed ways - by hand knitting and by 3D printing. ■





# КРАСОТАТА ЩЕ СПАСИ СВЕТА

От Милано до Шанхай: Най-интересните събития в света  
на интериорния дизайн през 2018

Текст КРИСТИНА НИГОХОСЯН / Фотография АРХИВ

"Културите и климатът по света са различни, но хората са еднакви – събират се в публични пространства, ако им осигурите добри места, където да го правят." Думите на датския архитект и специалист по градско планиране Ян Геел обобщават в известна степен акцентите в събитията по света, посветени на дизайна и архитектурата. Изложенията отдавна не продават само последните модели мебели, но и предлагат нестандартни решения по най-наболените теми по света.

**Salone del Mobile, Милано**  
17 – 22 април

Една от основните атракции в Милано ще е Living Nature. La Natura dell'Abitare на студио Carlo Ratti Associati. На 500 квадратни метра на Пиаца дел Дуомо ще бъдат възпроизведени четирите сезона по едно и също време, а освен леката ирония, свързана с промените в климата, проектът има за цел да привлече вниманието към помиряването на човека с природата. По-интересното според нас е иновативната климатична система, която не разходва, а пести енергия. Акцент в Милано е и норвежкият дизайн, представен от Klubben, Norwegian Crafts and Design and Architecture Norway.

**Grand Designs Live, Лондон**

5 – 13 май

Започнало като предаване за домашни ремонти по Channel 4, изложението се превръща в едно от най-популярните събития, свързани със строителството и дома във Великобритания. На него се представят най-новите продукти и услуги на над 500 компании, разпределени в шест тематични зони. От 10 до 14 октомври ще се състои и в Бирмингам.

**Arch Moscow, Москва**

6 – 20 май

XIII Международно изложение за архитек-



изкуствения интелект. Другата обявена в програмата на фестивала – Circle Dot Line, е посветена на аналоговия свят на фабрики за съдове от камък, стъкло и порцелан.

#### **16th Biennale Architettura Exhibition, Венеция**

*26 май – 25 ноември*

Архитектурното биенале се състои всяка четна година и вероятно е най-важното събитие за архитектура в света. Да бъдеш избран за куратор на форума е признание, почти равносилно на наградата „Прицкер“. Тази година честта е предоставена на ирландските архитектки Ивон Фарел и Шели Макнамара. След като през 2016 чилиецът Алехандро Аравена обърна внимание на социалното строителство, темата на Фарел и Макнамара е Freespace – как архитектурата може да освободи хората от бремето на ежедневието им.

#### **Barcelona Design Week, Барселона**

*5 – 14 юни*

10-тото издание на панаира в каталонската столица отбеляза рекорд със своите 12 хил. посетители, затова и очакванията към тазгодишното са големи. Изложителите ще са близо 500 в сферата на графичния дизайн, градско планиране, архитектура, музика, кулинару, юзър експириънс и други.

#### **Design Tokyo, Tokyo**

*4 – 6 юли*

Може да се състои в рамките на едва два

дни, но изложението в японската столица е много селективно. Жури от петима човека, сред които Пол Галъуей от Музея за модерно изкуство в Ню Йорк и дизайнерите Йасумичи Морита, и Казуо Кавазаки, одобряват най-новите изобретения на продуктовия и индустриален дизайн. Токийското изложение е едно от най-иновативните и предоставя платформа за изява на начинаещи, но и наложили се в сферата имена.

#### **Maison & Objet, Париж**

*7 – 11 септември*

Ако има град, в който може да разчитате да научите най-новото в сферата на дизайна (продуктов, моден или какъвто и да било), то това е Париж. Прословутото изложение Maison & Objet се състои два пъти в годината и показва зараждащи се тенденции и нови продукти, разделени в три секции, както и две нови пространства, отделени само за новостите в сферата на текстила. Maison е посветено на декорацията в интериора, Objet – на продуктовия дизайн, а Influences обединява дизайн и архитектура.

#### **Furniture China, Шанхай**

*11 – 14 септември*

Мебелното изложение в китайския мегаполис е най-голямото в света. На 300 хил. квадрата площ повече от 120 хил. изложители показват най-свежото в мебелния дизайн, както и в материалите и машините, необходими за дизайн и производство на мебели. ■

тура и дизайн Москва се състои едновременно с Шестото биенале по архитектура с Централния дом на изкуствата в руската столица. Повече от 80 събития и 7 дискуссионни форума са част от програмата, която цели да представи големите имена в сферите на дизайна и архитектурата, както и мащабния руски принос там. Един от акцентите тази година е проектът Follow Design с куратор Дейвид Финикс, който представя иновациите в интериорния дизайн.

#### **Łódź Design Festival, Łódź**

*19-27 май*

Изложението в централния полски град е най-голямото дизайн събитие в Източна Европа. Заради това е и всеобхватно – индустриален и продуктов дизайн, изкуства, мода, архитектура и графичен дизайн. Една от основните му изложби тази година е Nothing But Flowers с куратор Агата Полеч, която изследва връзката на съвременния човек с технологията и проблемите, свързани с роботизацията, автоматизацията и



# Beauty Will Save the World

From Milan to Shanghai: The most interesting events in the interior design world during 2018

By KRISTINA NIGOHOSEYAN / Photography ARCHIVES

"Cultures and climates differ all over the world, but people are the same - they'll gather in public if you give them a good place to do it." The words of the Danish architect and urban planning expert Jan Gehl are to a certain extent summarizing the accents in the events around the world, dedicated to design and architecture. The exhibitions are no longer just selling the latest models of furniture, but are offering non-standard solutions to the most difficult subjects worldwide.

## **Salone del Mobile, Milan**

17 – 22 April

One of the main attractions in Milan will be Living Nature. La Natura dell'Abitare by the Carlo Ratti Associati studio. The four seasons will be recreated at the same time on an area of 500 square metres on Piazza del Duomo, and besides the slight irony, connected with climate change, the project aims at drawing the attention to the reconciliation between man and nature. The more interesting thing in our opinion is the innovative air conditioning system, which does not spend, but instead saves energy. An accent in Milan is the Norwegian design as well, represented by Klubben, Norwegian Crafts and Design and Architecture Norway.

## **Grand Designs Live, London**

5 – 13 May

Having started as a home repairs show, broadcast on Channel 4, the exhibition is turning into one of the most popular events, related with construction and the home in Great Britain. The newest products and services of over 500 companies are presented at the event, distributed in six thematic areas. It will be held from the 10th to the 14th of October in Birmingham as well.

## **Arch Moscow, Moscow**

6 – 20 May

The 13th International Exhibition of Architecture and Design Moscow is to be held simultaneously with the Sixth Biennale for Architecture at the Central House of Artists in the Russian capital. More than 80 events and 7 discussion forums are part of the programme, which aims at presenting the biggest names in the fields of de-

sign and architecture, as well as the large-scale Russian contribution there. One of the accents this year is the Follow Design project with David Phoenix, its curator, presenting the innovations in interior design.

## **Łódź Design Festival, Polish**

19-27 May

The festival in the central Polish city is the biggest design-related event in Eastern Europe. Therefore it is all-embracing as well - industrial and product design, arts, fashion, architecture and graphic design. One of its main exhibitions this year is Nothing But Flowers with Agata Poleć, its curator, examining the relation of modern man with technology and the problems connected with robotization, automation and artificial intelligence. The other one that is announced in the festival's programme - Circle Dot Line, is dedicated to the analogue world of factories producing containers made of stone, glass and porcelain.

## **16th Biennale Architettura Exhibition, Venice**

26 May – 25 November

An architectural biennale takes place every odd year and is probably the most important architecture-related event in the world. Being elected curator of the forum is recognition almost equivalent to the "Pritzker" prize. This year the honour is given to the Irish architects Yvonne Farrell and Shelley McNamara. After in 2016 the Chilean Alejandro Aravena drew the attention to social construction, Farrell and McNamara's topic is

Freespace - how architecture may free people from the burden of their daily grind.

## **Barcelona Design Week, Barcelona**

5 – 14 June

The 10th edition of the festival in the Catalan capital marked a record with its 12 thousand visitors, therefore the expectations of the one to be held this year are high. The exhibitors will be nearly 500 in the fields of graphic design, urban planning, architecture, music, cuisine, user experience and others.

## **Design Tokyo, Tokyo**

4 – 6 July

It may be held within the timeframe of only two days, but the fair in the Japanese capital is a very selective one. A jury of five, among whom Paul Galloway from The Museum of Modern Art in New York and the designers Yasumichi Morita and Kazuo Kawasaki, is approving the newest inventions of product and industrial design. The Tokyo fair is among the most innovative ones and provides a platform for expression of beginners, but also of names that are established in the field.

## **Maison & Objet, Paris**

7 – 11 September

If there is a city in which you may count on learning what's newest in the field of design (product, fashion or any other), it is Paris. The famous Maison & Objet fair is held twice a year and presents emerging trends and new products, divided into three sections, as well as two new spaces, spared solely for the innovations in the sphere of textiles. Maison is devoted to interior decoration, Objet - to product design, and Influences brings together design and architecture.

## **Furniture China, Shanghai**

11 – 14 September

The furniture fair in the Chinese megalopolis is the largest in the world. On an area of 300 thousand square metres more than 120 thousand exhibitors are presenting what is freshest in furniture design, as well as in the materials and machinery, necessary for design and production of furniture. ■



# В куфара на Марсел Ван дер Хук

Марсел ван дер Хук е изпълнителен директор на ABB Bulgaria от януари 2018. В компанията е от 1994. Нещата, които винаги носи със себе си по време на пътуване:

**iPhone:** Държи ме във връзка със света (разговори, имейли, чатове, приложения), но и, разбира се, го ползвам за електронна бордиг карта.

**Външна батерия Adata PV110:** Винаги я нося, защото съхранявам всичко на телефона си. Осигурява ми достатъчно мощност, за да зарежа мобилния си няколко пъти (10400mAh).

**Гризна Fitbit:** Докато сме на тема „електроника“ да спомена и нея. Нося я в режим на вибрация, за да ми напомни за срещи, позвънявания, ако телефонът ми е на безшумен режим, както и да преброи крачките ми до летището.

**Книга за Хари Потър:** Напоследък винаги нося една със себе си. Не защото я чета, докато пътувам, а защото я чета на сина ми вечер преди да си легне. Дори да съм в друга държава, използваме видео функцията на Whatsapp.

**Судоку:** Постоянно имам от този тип пъзели с мен. Помага ми да отпусна ума си след дългите часове, посветени на бизнеса.

**Слушалки Bose за изолиране на шума:** Тези, които ползвам, са на няколко години и вероятно вече са заменени от по-нови модели, но работят перфектно. Незаменими са при дълги полети.

**Химикалка и лист:** Винаги са с мен по време на срещи, за да мога да визуализирам темата и обсъжданите проблеми. ■



## In the Suitcase of Marcel van der Hoek

Marcel van der Hoek is Country Managing Director of ABB Bulgaria since January 2018. He works for the company since 1994. Things he always carries in his baggage:

**iPhone:** To stay in contact with the world through calls/emails/chat's/apps and of course for the electronic boarding card.

**Power bank Adata PV110:** As everything is on my phone, I also carry that bank. It provides enough power to charge my phone several times (10400mAh).

**Fitbit tracker:** Staying with electronics, I wear this in vibration mode to remind me about appointments, calls in case my phone is on silent and tracking all the steps in the airport.

**Harry Potter book:** At the moment I always have one with me. Not because I read it during travel, but because I read it to my son in the evening before he goes to bed. No matter if I am in another country/ Usually using Whatsapp video.

**Sudoku:** I always carry that kind of puzzle with me. It's very helpful in resetting the mind after long business hours.

**Bose noise-canceling headphones:** The pair I have is already a couple of years old and probably replaced by newer models, but still working perfectly. Helpful during longer trips

**Pen and paper:** I have it always with me as during discussions I like to visualize the topics and issues. ■



# Samsonite

## BY YOUR SIDE



до  
**50 000** лв.

срок на изплащане до

**10 години**

**НИСКА  
ЛИХВА**

възможност за кредит

**без поръчител**

до 30 000 лева



1.



# БЕДНАТА БОГАТАШКА

Днес емблема на добрия стил, малката черна рокля има скромно потекло

Текст КРИСТИНА НИГОХОСЯН

“Най-трудно е да създадеш малка черна рокля, защото трябва да я направиш семпла.” Думите на модния стожер Юбер дьо Живанши, напуснал ни миналия месец на 91-годишна възраст, прекрасно описват характера на най-класическата греха в дамския гардероб. Негов е един от най-известните образци в историята – тази на Огри Хепбърн в „Закуска в Тифани“. Тя, заедно с траурната рокля на Джаки Кенеди за погребението на съпруга ѝ, се превръщат и в най-паметните му творения.

**ПРЕДИ ЖИВАНШИ ОБАЧЕ** обаче, бляскавата съдба на малката черна рокля е предречена от Коко Шанел. През 1926 списание Vogue публикува скица на дълга до прасеца черна рокля с дълъг ръкав на дизайнерката и пише: „Това ще е униформата на всяка жена с вкус“. За времето си подобно твърдение изглежда авангардно – черни рокли носят работничките, а целта им е да бъдат сдържани „на мястото им“ с подобната на униформа греха. От столетие домашните помощнички и икономки са задължени да носят бяло боне, престилка и семпла черна рокля, за да бъдат отличени от господарите си, облечени в скъпи цветни тъкани. Малко по-късно обаче индустриалната революция позволява на младите неомъжени момичета от бедната класа да си намерят работа в града, а с изкараните пари те

нямат никакво намерение да се облекат в „рокля за бедни“. Малко евтин плат, шевната машина, станала достъпна за всички след 1870, и няколко безсънни нощи позволяват на жените да си ушийт грехи по парижка мода.

**КАКЪВ Е ОТГОВОРЪТ** сред дамите по върховете на обществото? Те започват да носят изчистени и не толкова крещящи модели, като най-популярна се оказва малката черна рокля. В първите десетилетия на XX век все повече жени „с положение“ се появяват по балове и социални събития облечени в черно, а Шанел просто напипва пулса на обществото и нарича творението си „луксозна бедност“ (la pauvreté de luxe). Защото за времето си да се облекат така могат да си позволят само дами, които няма как да се притесняват, че ще изглеждат бедни.

**ПРЕЗ XXI ВЕК** класовото разделение би трябвало да е изчезнало, а грехите – да не са символ на бедност или богатство. Малката черна рокля обаче остава мерилото за това дали една дама има стил или не – може да изглежда великолепно и в такава за 30 лв. от веригите за бърза мода. Или да се провалили с гръм и трясък в Givenchy... ■

1. Chloé
2. Alexander McQueen
3. Wolford
4. T by Alexander Wang
5. The Row
6. Prada
7. Rachel Zoe
8. Balmain
9. Alaïa
10. Stella McCartney
11. Givenchy



# POOR LITTLE RICH GIRL

The symbol of good style today, the little black dress has humble origins

By CRISTINA NIGOHOSEAN

"The little black dress is the hardest thing to realise, because you must keep it simple." The words of fashion icon Hubert de Givenchy, who passed away last month at the age of 91, perfectly describe the essence of the most classical garment in a ladies' wardrobe. He designed one of the best known little black dresses in history – that of Audrey Hepburn in *Breakfast at Tiffany's*. This, and the black sheath dress Jacqueline Kennedy wore to her husband's funeral, became his most memorable creations.

**PRIOR TO GIVENCHY**, however, the brilliant fate of the little black dress was predicted by Coco Chanel. In 1926, *Vogue Magazine* featured a sketch of a Chanel design for a long sleeve, calf length black sheath dress and predicted the dress would "become sort of a uniform for all women of taste." It was a bold statement for its time – black dresses were worn by working-class women, their purpose being to keep them "in their place" with a dress resembling a uniform. For centuries, maidservants and housekeepers were required to wear a white bonnet, apron and simple black dress to distinguish them from their mistresses whose attire was expensive and colourful. But then the industrial revolution allowed young unmarried lower class girls to get a job in the city, and with the money they made they had no intention to wear drab 'poor girl dresses'. A bit of cheap fabric, a sewing machine that anyone could own after 1870, and a couple of sleepless nights, and women were able to make their own dresses modelled on Paris fashion.

**HOW DID THE HIGH SOCIETY LADIES** respond? They began wearing sleeker and less flashy models, the little black dress being the most popular. In the early decades of the 20th century, more and more high-status women attended balls and social events dressed in black. Chanel simply captured the spirit of the times and called her creation "la pauvreté de luxe" (luxurious poverty), for only ladies who were not worried about looking poor could afford to dress that way.

**IN THE 21ST CENTURY** class divisions have disappeared and clothes are no longer a symbol of poverty or wealth. The little black dress, however, remains a gauge of whether a lady has style or not – you can look superb in an off-the-rack dress for 30 leva. Or be a complete fashion flop in a Givenchy design... ■



**ЦКБ Сила**  
пенсионноосигурително  
акционерно дружество

***С грижа за вас!***

ИЗБЕРИ ПОАД „ЦКБ-СИЛА“: **ПЪРВОТО РЕГИСТРИРАНО В БЪЛГАРИЯ ПЕНСИОННООСИГУРИТЕЛНО ДРУЖЕСТВО ПРЕЗ ФЕВРУАРИ 1994 Г. КЪМ 31.12.2017 Г. - С НАД 420 ХИЛЯДИ КЛИЕНТИ И 1,2 МИЛИАРДА ЛЕВА УПРАВЛЯВАНИ НЕТНИ АКТИВИ В ПЕНСИОННИТЕ ФОНДОВЕ (ДАННИ НА КФН WWW.FSC.BG). ИЗПЛАЩА ПЕНСИИ ОТ ДОБРОВОЛЕН ПЕНСИОНЕН ФОНД ОТ МАРТ 1996 Г.**

\*Посочените резултати нямат по необходимост връзка с бъдещи резултати.



1113 София, бул. Цариградско шосе 87  
Клиентски център - тел.: 0700 11 322, e-mail: [office@ccb-sila.com](mailto:office@ccb-sila.com)  
[www.ccb-sila.com](http://www.ccb-sila.com)



# CONNECTIVITY CHANGING

THE INFRASTRUCTURE

SOFIA | CAPITAL FORT

5 JUNE 2018

[energy.investor.bg](http://energy.investor.bg)

Organized by:

 **INVESTOR.BG**

Strategic partner:

**WOLF THEISS**

General partner:



# ПОВЕЧЕ БАГАЖ, ПОВЕЧЕ РЕЛАКС.

ВСИЧКИ ЦЕНИ ДО ЛАРНАКА ВЕЧЕ ВКЛЮЧВАТ  
И РЕГИСТРИРАН БАГАЖ ДО 23 КГ

23 КГ

## Ларнака

от  
€ 65

✈  
еднопосочна  
цена

от  
€ 129

✈  
двупосочна  
цена

Цените са крайни и включват: 1 бр. ръчен багаж до 10 кг,  
1 бр. чекиран багаж до 23 кг, кетъринг на борда, безплатен check-in.

Билети могат да бъдат закупени през Центъра за обслужване на клиенти  
на: +359 2 402 04 00 или e-mail: [callFB@air.bg](mailto:callFB@air.bg), онлайн през уебсайта на  
авиокомпанията - [www.air.bg](http://www.air.bg), или от агентската мрежа. В зависимост от  
издателя на билета може да се добави такса за издаването му. Цените са  
валидни при наличие на свободни места в съответната класа.

**България Ер**  
Национален Превозвач [www.air.bg](http://www.air.bg)

ПРИЯТЕН  
ПОЛЕТ

ПРИЯТНИ  
ЕМОЦИИ



# ПРАЗНИЦИ НА СТОМАХА

Кулинарната страна на Великден сякаш измества духовната.  
Утешителното е, че това съвсем не е ново явление

Текст ЯСЕН БОРИСЛАВОВ / Фотография SHUTTERSTOCK

Духът или вкусът? Кое е първично и кое вторично? Кое точно владее модерния Великден, най-важния християнски празник (особено за източноправославните църкви): дали е вярата във Възкресението и надеждата за живот след смъртта, или вкусът на традиционните козунаци, кулачи, пасхи, боядисани яйца и агнешките или ярешки бутчета, изпечени на бавен огън със специални подправки според някаква местна великденска традиция и създаващи особена празнична атмосфера?

**ИЗГЛЕЖДА, ДУХЪТ ОТДАВНА** се е превърнал в пленник на Вкуса (или Вкусовете), а покрай това и на пазара, т.е. на консумативния индустриален свят, който търси икономически територии за развитие отвъд границите на местните традиции и обичаи. Иначе казано, обвятият в станиол шоколадов заек отдавна е заел територии на великденските пазари в страни, където преди време той не е значел нищо.

В същото време празничният дух налага всяка от неизбежните храни (стари или модерни) да бъде по някакакъв начин символно натоварена, за да участва аргументирано в гастрономическия ритуал. В символизма на модерния Великден ясно се очертават три типа интерпретации – чисто религиозни, рудиментарни, т.е. свързани с езически ритуали и модерни.

**ТЪЙ КАТО НИКЪДЕ В НОВИЯ ЗАВЕТ** не е казано изрично какво трябва да се яде на Възкресение, за

разлика от Стария завет, където за еврейската пасха е посочено меню (агне изпечено с горчици треви и безквасни хлябове), ясно е, че гастрономическият облик на Великден се е развивал и обогатявал през вековете. В тази връзка нека добавим, че новозаветната етична норма относно храните приема, че за нечистия (невярващия) нищо не е чисто, а за чистия всичко е чисто, ако пристъпва към храната без съблазън. Така отпадат много от старозаветните хранителни регламенти относно чистите и нечисти храни.

**НАЙ-ТИПИЧНИЯТ И ВЕРОЯТНО** най-ранен кулинарен знак на празника са боядисаните яйца. Тяната символика е и най-разбираема. Поради своята форма, както и заради даващата живот субстанция под неговата черупка, яйцето е възприемано като универсален космически символ в различни древни религии. Според японски митове огромен бик строшил с рогата си черупката на космическото яйце и дал началото на живота. Според индуистките вярвания върховното божество Брама разделило космическото яйце на две части, от които направило небето и земята. Всичко произлиза от първичното яйце, твърждали орфици в Древна Гърция. Според египетските митове Озирис затворил в гигантско яйце дванадесетте блаженства, които човечеството трябвало да получи, но неговият коварен брат Тифон тайно го отворил и сложил вътре дванадесет черни пирамиди, т.е. бедствията, от които хората щели да бъдат настигнати. Според персийски предания ►



# FESTIVALS OF THE STOMACH

The culinary side of Easter seems to be displacing the spiritual one. What is comforting is that this is by no means a new phenomenon

By YASEN BORISLAVOV / Photography SHUTTERSTOCK

**T**he spirit or the taste? Which one is primary, and which one - secondary? Which one dominates the modern Easter, the most important Christian holiday (especially for the Eastern Orthodox churches): is it the faith in the Resurrection and the hope for life after death, or the taste of the traditional cozonacs, kuliches, paskas, decorated eggs and the lamb or kid legs, slow roasted with special spices according to some local Easter tradition and creating a special festive atmosphere?

**IT SEEMS THE SPIRIT HAS LONG SINCE** become held captive by the taste (or tastes), and besides that by the market, i.e. the consumer industrial world, which is seeking economic territories for development beyond the boundaries of the local traditions and customs. In other words, the foil wrapped chocolate bunny has long since occupied territories on the Easter markets in countries, where some time ago it did not mean anything. At the same time the holiday spirit imposes that each of the inevitable foods

(old or modern) to be symbolically loaded in some way, in order to have a substantiated participation in the gastronomic ritual. Three types of interpretations emerge clearly in the symbolism of the modern Easter - purely religious, rudimentary, i.e. connected with pagan rituals and modern ones.

**DUE TO THE FACT THAT NOWHERE IN THE NEW TESTAMENT** is explicitly stated what should be eaten at Easter, in contrast to the Old Testament, where for the Jewish Passover a menu is specified (lamb, roasted with bitter herbs and unleavened breads), it is clear, that the gastronomic image of Easter has been developing and enriching through the centuries. In this context let us add that the New Testament ethical norm regarding foods is assuming that for the impure (the non-believer) nothing is pure, and for the pure everything is pure, if the person approaches the food without temptation. This way many of the Old Testament food regulations regarding pure and impure foods are dropped out.



**THE MOST TYPICAL AND PROBABLY** the earliest culinary sign of the holiday are the decorated eggs. Their symbolism is also the most perspicuous one. Due to their shape, as well as the life-giving substance beneath its shell, the egg is regarded as a universal cosmic symbol in various ancient religions. According to Japanese myths an enormous bull broke with its horns the shell of the cosmic egg and initiated life. According to the Hindu beliefs the supreme deity Brahma divided the cosmic egg into two parts, from which he made heaven and earth. Everything originates from the primal egg, the Orphics in ancient Greece maintained. According to the Egyptian myths Osiris enclosed in a giant egg the twelve blisses, which had to be given to mankind, but his insidious brother Typhon secretly opened it and put inside twelve black pyramids, i.e. the scourges that would overtake humans. According to Persian legends the god Ohrmazd enclosed in the cosmic egg four good spirits, but the evil Ahriman replaced them with twenty four evil spirits. As early as during the antiquity there was a custom among the Persians to offer decorated eggs as a gift during the springtime festivities. The practice was later spread to Rome as well.

**THE CHRISTIAN CHURCH** clearly could not turn its back to the ancient symbolism of the egg, but it took care to connect it with new mythological tales. According to one of them when Christ was carrying his cross to Golgotha, the Virgin Mary was handing out boiled eggs to the soldiers, in order to propitiate the soldiers and from her tears they were painted in various colours. According to another tale Mary Magdalene went to Christ's tomb, in order to anoint the body and she was carrying a basket full of eggs.

When she opened it, she saw that they were miraculously painted. The most common symbolism of the broken Easter egg is connected with the opening of the sepulchre and the Resurrection. The red colour, naturally, refers to the blood of the Savior.

**THE DECORATING OF EGGS ESTABLISHED ITSELF** as a practice during the Middle Ages. At the beginning they were painted red, but the decoration was gradually becoming increasingly richer. Famous European artists have painted Easter eggs, and as of the end of the 19th century by order of the Russian Royal Court the golden egg-jewels of the French jeweler Fabergé appeared as well. This way the souvenir industry has also stepped in the holiday, nowadays offering patterned eggs made of porcelain, wood, glass and so on. To this one has to add the chocolate eggs as well, which according to observations by the chocolate industry were among the best selling articles between Christmas and Easter. Several years ago an English chain store had offered for sale Easter chocolate eggs with a price of 1000 pounds sterling. In each of them there was a gold coin worth 900 pounds. The investment seemed profitable, because the price of gold was expected to grow. The thing which is more interesting in this case is the symbolism - what comes out of the Easter egg (a symbolic sepulchre) after breaking it (a symbolic resurrection) is the symbol of the modern religion - the market.

**THE PRESENCE OF ROAST LAMB** on the Easter table is usually associated with the Jewish Passover, where it is obligatory. It is logical that the Jews that have adopted the new faith would carry over some of their old dietary habits as well. Another explanation is connected with the early Christian iconography, where Christ is often depicted as Lamb of God, with John the Baptist pointing with his hand to him. In our country though in the past it was law that the first lamb for the year was to be slaughtered for St. George's Day. The rule was obviously violated during the last century, therefore lamb is a modern attribute of the culinary Easter. Today, however, few people are interested in these things. Most are interested in the price of lamb and during the days around the holiday this is a topic often commented in the media.

**THE TRADITIONAL EASTER BAKINGS** are also a modern addition to the holiday. In the Balkans these are the various types of cozonacs with diverse forms and fillings. In Russia and Ukraine they are making a special cake - paska, as well as specially decorated cupcakes - kuliches. In the German speaking countries these are the stollens, and in Italy the sumptuous and Papal mitre-shaped Easter cakes panettone. In the Anglo-Saxon countries they are making Easter sweet buns with a cross-shaped decoration (hot cross buns), allegedly known as early as during the Tudor period. By the way it was approximately at the same time when the first festive cozonacs were made by a French baker as well, to become soon thereafter a traditional festive baking in a large part of Europe. Obviously the main law of the industries has worked here as well - "create a necessity and start satisfying it."

**IT IS HARD TO TELL WHETHER** the ritual necessities of the holiday through the years have been imposing a constant enrichment of the festive menu, or the food industries have been seeking ways of ritualizing their produce. It is rather the second suggestion which is true. It is certain that today people who are touring the Easter markets are many more than those who are entering the churches.

The holiday is a conservative and somewhat intimate time-space, in which the coming of changes is slow and difficult, but no tradition is fully protected from external influences. There is no major holiday that has entirely held out against fashion and the market. This way to the purely spiritual meaning of Easter as a festival celebrating the fundamental for Christianity faith in the resurrection and salvation, the industries have very successfully added the implication of their power and might, of their ability to transform. Both the churches and the industries are ultimately promising their flocks one and the same thing, they are promising them bliss, in one case temporary, and in the other - eternal. ■

► бог Ормузд затворил в космическото яйце четири добри духа, но злият Ариман ги подменил с двадесет и четири зли духа. Още от древността сред персите имало обичай да се подаряват боядисани яйца по време на пролетните празници. Практиката по-късно е била разпространена и в Рим.

**ХРИСТИЯНСКАТА ЦЪРКВА** явно не е могла да загърби древната символика на яйцето, но се е постарала да я обвърже с нови митологични разкази. Според един от тях, когато Христос носел кръста си към Голгота, Дева Мария раздавала варени яйца на войниците, за да ги омилости и от сълзите ѝ те се боядисали в различни цветове. Според друг разказ Мария Магдалена отишла на гроба на Христос, за да помага тялото му и носела кошница с яйца. Когато я отворила, видяла, че те по чудесен начин били боядисани. С отварянето на гробницата и Възкресението е свързана най-общата символика на разчупеното великденско яйце. Червеният цвят, естествено, насочва към кръвта на Спасителя.

**БОЯДИСВАНЕТО НА ЯЙЦА СЕ Е НАЛОЖИЛО** като практика през Средновековието. В началото ги боядисвали в червено, но постепенно украсата ставала все по-богата. Известни европейски художници са рисували великденски яйца, а към края на XIX век по



поръчка на руския царски двор се появяват и златните яйца-бижута на френския ювелир Фаберже. Така в празника се е намесила и сувенирната индустрия, която днес предлага шарени яйца от порцелан, гърво, стъкло и т. н. Към това трябва да се добавят и шоколадовите яйца, които според наблюденията на шоколадовата индустрия били сред най-продаваните артикули между Коледа и Великден. Преди няколко години английска верига магазини беше пуснала в продажба великденски шоколадови яйца за 1000 паунда. Във всяко от тях имало златна монета за 900 паунда. Инвестицията изглеждала

изгодна, защото се очаквало цената на златото да расте. В този случай по-интересното е символиката – от великденското яйце (символична гробница) след разчупване (символично възкресение) излиза символът на модерната религия – пазарът.

**ПРИСЪСТВИЕТО НА ПЕЧЕНО АГНЕ** на великденската трапеза обикновено се свързва с еврейската пасха, където то е задължително. Логично е преминалите в новата вяра юдеи да пренесат и някои от старите си хранителни навици. Друго обяснение е свързано с ранната християнска иконография, където Христос често е изобразяван като агнец божи, към когото сочи с ръка Св. Йоан Кръстител. У нас обаче в миналото е било закон първото агне за годината да се коли за Гергьовден. Явно това правило е било нарушено през миналия век, от което следва, че агнешкото е модерен атрибут от културния Великден. Днес обаче малко хора се интересуват от тези неща. Повечето се интересуват от цената на агнешкото и в дните около празника това е често коментирана тема в медиите.

**ТРАДИЦИОННИТЕ ВЕЛИКДЕНСКИ ПЕЧИВА** също са модерно допълнение към празника. На Балканите това са разните видове козунаци с различна форма и пълнка. В Русия и Украйна правят специален сладкиш – пасха, както и специално украсени кексчета – кулачи. В немскоезичните страни това са щоленте, а в Италия пицините и с форма на папска митра козунаци панетоне. В англосаксонските страни правят великденски кифлички с кръстовидна украса (hot cross buns), за които се твърди, че били известни още от времето на Тюдорите. Впрочем приблизително по същото време били произведени и първите празнични козунаци от френски хлебар, за да станат скоро след това традиционно празнично печиво в голяма част от Европа. Явно и тук е проработил основният закон на индустриите – „създай потребност и започни да я задоволяваш.“

**ТРУДНО Е ДА СЕ КАЖЕ ДАЛИ** ритуалните потребности на празника през годините са налагали постоянно обогатяване на празничното меню, или хранителните индустрии са търсили начини да ритуализират своята продукция. По-скоро второто. Сигурно е, че днес хората, които обикалят великденските пазари са много повече от онези, които влизат в църквите.

Празникът е консервативно и някак интимно време-пространство, в което промените настъпват бавно и трудно, но никоя традиция не е изцяло защитена от външни влияния. Няма голям празник, който напълно да е устоял на модата и пазара. Така към чисто духовния смисъл на Великден като празник на основополагащата за християнството вяра във възкресението и спасението индустриите много успешно са наложили внушението за своята власт и могъщество, за умението им да преобразяват. И църквите и индустриите в крайна сметка обещават на своите пасоми едно и също, обещават им блаженство, в единия случай временно, а в другия – вечно. ■

**GENTLEMAN**  
geisha club

Hotel Marinela  
SOFIA  
19 FLOOR

0887 080 080  
00:00-24:00

Instagram: Gentleman Club Geisha  
Facebook: /Gentleman Club Geisha

## Център по дентална медицина „Св. Георги“

www.dc-st-george.com, dc\_st.george@abv.bg  
тел.: 0886 129 213, 0898 526 082  
ул. К. Иричек 20, София, България

Денталният център „Свети Георги“ специализира в лечението както на деца, така и на възрастни. Комбинацията от обща, естетична и специализирана дентална медицина, и съвременна апаратура е предпоставка за успешни и висококачествени резултати на извършеното лечение. Спокойната обстановка и грижи за пациентите създават прекрасни условия, за да изчезне напрежението и страха. Отделеното време за разговор и консултация вдъхва доверие и сигурност. Наличната апаратура за пиезохирургия, лазер терапия, микроскоп-асистирана терапия, както и рентгеновите апарати, позволяват внедряването на най-новите и най-добрите световни методи на лечение на хирургичните и пародонтални заболявания. Непрекъснатите специализации на денталните ни лекари от клиниката у нас и в чужбина са стандарт за високото ниво на извършващата се лечебна дейност. Нашето желание е всички пациенти, посетили център „Свети Георги“, да са удовлетворени от крайния резултат на лечението и да се радват на добро орално здраве, и перфектна нова усмивка. Услугите, които предлагаме, са професионална устна хигиена, профилактика, зъбна имплантология, детска и козметична дентална медицина и обща дентална медицина, ендодонтия, образна диагностика, ортодонтия, пародонтия, пиезохирургия и физиотерапия.



## Dental Center “St. George”

www.dc-st-george.com, dc\_st.george@abv.bg  
cell phone: +359 886 129 213, +359 898 526 082  
20 K. Ilichek Str., Sofia, Bulgaria

The dental center St. George specializes in the treatment of both children and adults. The combination of general, aesthetic and specialized dental medicine and modern equipment is a prerequisite for successful and high quality results of the treatment. The tranquil setting and care of the patients creates wonderful conditions to make it disappear and fear. Time-to-talk and consultation time gives confidence and security.

The available piezo surgery, laser therapy, microscope-assisted therapy and X-ray equipment allow the introduction of the latest and best global methods of treatment of surgical and periodontal diseases. The continuous specializations of our dentists from the clinic in Bulgaria and abroad are a standard for the high level of the ongoing medical activity. Our desire is for all patients who visited St. George to be satisfied with the end result of the treatment and enjoy good oral health and a perfect new smile. The services we offer are professional oral hygiene, prophylaxis, dental implantology, children's, aesthetic, cosmetic and laser dentistry and general dental medicine, endodontics, imaging, orthodontics, periodontics, piezo surgery and physiotherapy.

## Медицински комплекс „Доверие“

София, ж.к. Овча купел 2, ул. Фридрих Грюнгангер №2  
тел.: 02 40 36 100; 02 40 36 143  
www.mbal.doverie.bg  
info@mbal.doverie.bg

МК „Доверие“ е модерен медицински комплекс, разделен функционално на диагностично-консултативен център и многопрофилна болница за активно лечение.

В МБАЛ „Доверие“ за пръв път в България с роботизираната система „Да Винчи“ е извършен серкляж – хирургична манипулация, която цели предотвратяването на преждевременно раждане. В МБАЛ „Доверие“ много жени, чиито единствен шанс за износване на бременността е серкляжът, имат възможност да получат качествено лечение по свръхмодерен метод с най-съвременна апаратура и инструментариум.

Болница „Доверие“ е една от първите частни болници в България. Създадена е в края на 2005 г. и вече над 10 години е част от „Доверие Обединен холдинг“ АД. Тя е модерна европейска болница, различна от стандартните български болници във всяко отношение, като предлага много по-съвременно обслужване, апаратура и леглова база.

На разположение на пациентите на МК „Доверие“ са:

- Медицински център, разполагащ със собствени лаборатории и високотехнологично диагностично оборудване.
- Многопрофилна болница за активно лечение с 8 специализирани отделения за болнична помощ.
- 4 операционни зали и стационар от над 100 легла.

Освен високотехнологично оборудване и специализирани отделения, Медицински комплекс „Доверие“ може да предложи на своите пациенти оперативно лечение с единствената в София система за роботизирана хирургия „Да Винчи“. Над 80% от всички диагностични и лечебни процедури се извършват чрез прилагане на минимално инвазивен (безкръвен) метод от висококвалифицирани екипи чрез съвременна ендоскопска апаратура.



## Doverie Medical Complex

Sofia, Ovcha Kupel 2 District, 2, Friedrich Grunanger Street  
phone: 02 40 36 100; 02 40 36 143  
www.mbal.doverie.bg  
info@mbal.doverie.bg

MC "Doverie" is a modern medical complex functionally divided into a diagnostic-consulting center and a multiprofile hospital for active treatment.

At Doverie Hospital for the first time in Bulgaria with the robotic system "Da Vinci" a surgical manipulation aimed at the prevention of premature birth was performed. At Doverie Hospital, many women whose only chance of wearing pregnancy is the robotic treatment, have the opportunity to receive high-quality treatment using ultramodern method and instrumentation.

Doverie Hospital is one of the first private hospitals in Bulgaria. It was established at the end of 2005 and has been part of Doverie United Holding AD for more than 10 years. It is a modern, European hospital, different from the standard Bulgarian hospitals in every respect, offering much more modern service, equipment and bed base.

The patients of MC "Doverie" are at the disposal of:

- A medical center with its own laboratories and high-tech diagnostic equipment.
- Multi-profile Active Treatment Hospital with 8 specialized hospital care units.
- 4 operating halls and more than 100 beds.

In addition to high-tech equipment and specialized departments, Doverie Medical Complex can offer its patients an operative treatment with the only Da Vinci robotic surgery system in Sofia. Over 80% of all diagnostic and treatment procedures are performed by applying a minimally invasive (bloodless) method by highly qualified teams using modern endoscopic equipment.

## Spaghetti Company

Сердика център, бул. Ситняково №48  
тел. 02/ 841 28 18  
Mall Bulgaria 102 ет 3 до кино Арена  
бул. Витоша 150, тел: 02/ 88 10 100  
Работно време: понеделник - неделя от 10:00 до 00:00 ч.  
spaghetticompany@mail.bg

Pizza, pasta, modernista и ТИ!

Мястото, известно с изключителна италианска кухня. Обстановката, която вдъхновява срещите, които винаги оставят у теб чувството, че си в сърцето на града!

Всеки от ресторантите Spaghetti Company носи свое собствено усещане. Независимо къде те отвеждат пътищата на София, в ресторантите от веригата намиращ себе си сред изискана и творческа обстановка, модерен дизайн и оригинална италианска кухня, специално създадена под черпака на Маестро Марко Лукиари.

Домът на италианската кухня е наблизо. Тук е, за да намиращ винаги себе си, приятели, делови партньори или нови срещи. Кухнята ни е палитра от италиански вкусове. Към това добавяме специална селекция от вина, музика и събития. Можеш да споделиш тук всяко късно сутрешно кафе, работен обяд, лежерен следобед или дълга вечеря. И всеки път ще бъде различно.

И както казва нашият главен готвач Марко Лукиари – „Има неща, за които няма сезони“. Има и такива места. Spaghetti Company е едно от тях.



Pizza, pasta, modernista and YOU

The place, famous for exquisite Italian cuisine. The atmosphere, inspiring meetings that always leave you feeling in the heart of the city!

Each of the Spaghetti Company restaurants brings its own touch. No matter where Sofia roads take you, in the restaurant chain you find yourself amongst elegant and creative atmosphere, modern design and original Italian cuisine especially prepared by Maestro Marco Luchiarini's ladle.

The home of Italian cuisine is nearby. It's right here, so you can always find yourself, friends, business partners or new encounters. Our cuisine is a palette of Italian flavours. We add a special selection of wine, music and events. Here you can share every late morning coffee, business lunch, a casual afternoon or a long dinner. It will be different each time.

As our chef Marco Luchiarini says – "There are things of no particular season". There are such places. Spaghetti Company is one of them.

## Bedroom Premium Club

София, ул. Лега 2  
телефон: 0888 764 422, 0888 860 666  
e-mail: reservation@bedroom.bg  
www.bedroom.bg



## Bedroom Premium Club

2, Lege Street, Sofia, Bulgaria  
Phone: +359 888 764 422, +359 888 860 666  
e-mail: reservation@bedroom.bg  
www.bedroom.bg

Един от най-атрактивните клубове в центъра на София е Bedroom Premium Club. С неповторимия си дизайн, гостуването на световноизвестни диджеи и постоянно присъствие на популярни личности, той е притегателен център за ценителите на лукса и забавленията.

Клубът отговаря на най-високите европейски стандарти – първокласно обслужване, перфектен звук, мултимедийно шоу, VIP зона, служители, паркиращи автомобили...

Bedroom Premium Club напомня на античен храм, а бъдещето е добавено към миналото с нови архитектурни елементи в синтетичен модерен растер, екрани с 3D video mapping, метални перфорирани пана. Използваните материали са първо, метал, камък, стъкло, естествена кожа, натурален текстил. Акцент в интериора е таванът на клуба, който е уголемена проекция на картината "Shhh", в която са събрани забранени образци от еротичното изкуство. Клубът притежава динамично осветена сцена с интегриран catwalk, който дава възможност за разгръщане на мащабна балетна хореография.

Bedroom Premium Club предлага на своите гости богат ентъртеймънт, авангардни шоу-спектакли, екстравагантни костюми, високотехнологични светлинни ефекти, допълнен с перфектен звук и мултимедийно шоу!

Амбициите на Bedroom Premium Club е в създаването на собствена публика и издигането на нощния живот у нас до най-високи стандарти!



One of the most attractive clubs in Sofia city center is Bedroom Premium Club. With its unique design, guest world famous DJs and the permanent presence of celebrities, it attracts luxury and entertainment lovers.

The club meets the highest European standards – first class service, perfect sound, multimedia show, VIP area, valet parking...

Bedroom Premium Club reminds of an ancient temple and the future is added to the past with new architectural elements in synthetic modern raster, 3D video mapping screens, metal perforated panels.

The materials used are wood, metal, stone, glass, genuine leather, natural

textile. The emphasis in the interior design is the ceiling of the club, which is an enlarged reproduction of the painting "Shhh", gathering erotic art forbidden examples. The club has a dynamically lit stage with an integrated catwalk, which enables the unfolding of large-scale ballet choreography.

Bedroom Premium Club offers its guests great entertainment, avant-garde shows, extravagant costumes, high tech lighting effects, complemented by perfect sound and a multimedia show!

Bedroom Premium Club's ambitions are in building its own audience and the rise of Bulgarian nightlife to the highest standards!

## Spaghetti Kitchen\*Bar

София, площад Св. Неделя 3  
www.spaghetti-kitchen.bar  
e-mail: office@spaghetti-kitchen.bar  
тел.: 089 304 66 66

Ако трябва да забодем карфица в центъра на София, ще бъде точно тук – на площад Света Неделя 3, при чисто новият Spaghetti Kitchen\*Bar. Отпращайки се към парадния вход, виждаме едно съвсем различно място – интериор на няколко нива и съвсем различни зони с много акценти и детайли, живеещи в пълна хармония. Вкусната обиколка на мястото започва с това, с което обикновено свършваме – десертта. На входа ни посреща витрина с авторски десерти, приготвени на място от майстор сладкарите на Spaghetti Kitchen.

Ако си решил да преоткриеш италианската храна, просто се отдай на прясна паста и добре препечена по ръбчетата пица в Morello фурната. Разбира се, Италия не е самотна на вкусната карта, която стои пред нас. Тръгваме на околосветско пътешествие с японското патешко, норвежка съомга, октопод от Санторини, както и няколко предложения от българската кухня. Зоната с прошуто бара пък е прекрасно място за вино и тапаси. Нова-торските коктейли, които се предлагат, са истинско произведение на алкохолното изкуство. Накратко – Spaghetti Kitchen\*Bar е мястото, на което можеш да се срещнеш с приятели, да хапнеш хубава храна или да пиеш любимия си коктейл в приятна атмосфера.

## SPAGHETTI KITCHEN★BAR

EAT • DRINK • SOCIALIZE



and tapas. The innovative cocktails they offer are a real work of the alcoholic art. In a nutshell – Spaghetti Kitchen\*Bar is the place where you can meet friends, eat good food or have your favorite cocktail in a pleasant atmosphere.

## Spaghetti Kitchen\*Bar

3, Sveta Nedelya Square, Sofia  
www.spaghetti-kitchen.bar  
e-mail: office@spaghetti-kitchen.bar  
phone: +359 89 304 66 66

If we need to put a pin in downtown Sofia, it will be right here – at 3 Sveta Nedelya Square, at the brand new Spaghetti Kitchen\*Bar. Heading for the front door, we see a completely different place – interior on several levels and completely different zones with a lot of highlights and details, living in perfect harmony.

The delicious tour of the place begins with what we usually end with – dessert. A window with original desserts, prepared here by Spaghetti Kitchen's pastry chefs, welcomes us at the entrance.

If you've decided to rediscover Italian food, just indulge in fresh pasta and crispy pizza round the edges in the Morello oven. Italy, of course, is not alone on the delicious map we have in front of us. We set off on a round-the-world trip with Japanese duck, Norwegian salmon, Santorini octopus, as well as a few offers from the Bulgarian cuisine. What's more, the prosciutto bar zone is a great place for vino

## Spaghetti kitchen

София, ул. 6-и септември №9  
Резервации тел.: 0890 5 66666  
office@spaghetti-kitchen.com  
www.spaghetti-kitchen.com

Няма как да преминете по улица „6-и септември“ и да останете безразлични към вида на този наистина необикновен ресторант. Какво го прави такъв, ще разберете в момента, в който прекрачите прага му. С една-единствена крачка забравяте за работната суматоха на големия град и се пренасяте в един друг сюжет с въздушна атмосфера и безброй кулинарни предложения. Тук ще откриете приятна комбинация от съвременен дизайн в обзавеждането, изискано меню с интернационална кухня и отпускателна музика. От месец ноември се открива и отопляема външна градина. Заведението впечатлява и с деликатно лично отношение към клиента и усещане за домашен уют. Всичко това превръща Spaghetti Kitchen в най-модерното и желано място в София.



## SPAGHETTI KITCHEN★

ITALIAN FOOD AMERICAN GRILL

## Spaghetti kitchen

9, 6<sup>th</sup> of September Str., Sofia, Bulgaria  
Reservations: +359 890 5 66666  
office@spaghetti-kitchen.com  
www.spaghetti-kitchen.com



It is not possible to pass 6th of September Street and to remain indifferent to the appearance of this unusual restaurant. You will understand what makes it so unusual the minute you cross its threshold. Only one step and you forget about the busy turmoil of the city, and move into another reality that has a magic atmosphere and countless culinary propositions. Here you will find a pleasant combination of contemporary interior design, exquisite international cuisine and relaxing music. The restaurant also impresses with its delicate personal attitude towards the customer and the feeling of home comfort. All this makes Spaghetti Kitchen the most modern and desired place in Sofia.

ВАЖНО!

ПРАВИЛА ЗА ПРЕВОЗ НА БАГАЖ ПО ПОЛЕТИТЕ НА БЪЛГАРИЯ ЕР

Всички пътници на България Ер имат право на превоз на безплатен ръчен багаж в салона и регистриран багаж /в багажника на самолета/, в зависимост от избраната тарифа. Безплатните норми за брой и тегло на багажа могат да бъдат различни, в зависимост от класата на пътуване /бизнес или икономична/, както и от тарифата, по която е издаден билета. Превозът на багаж по редовните линии е съобразен и с някои общи правила и политиката на България Ер, които трябва да имате предвид.

Авиокомпания България Ер въвежда по линиите си правила за превоз на багаж за билети, издадени след 2 май 2011 г. Системата **PIECE CONCEPT** се базира на броя, теглото и размерите на чекирания багаж.



ТАРИФИ БЕЗ РЕГИСТРИРАН БАГАЖ

Всеки пътник, закупил билет по тарифа с включен само ръчен багаж, има право да превози в кабината на самолета безплатен багаж както следва:

| Класа на обслужване | Норма на безплатен багаж                                                       | Такси за багаж                                                                                                                            |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Икономична класа    | 1 брой ръчен багаж до 10 кг и размери 55x40x23 см (сумарна дължина до 118 см)* | Първи брой регистриран багаж до 23 кг и до 158 см*:<br>• Вътрешни полети – 15 евро на посока<br>• Международни полети – 20 евро на посока |

ТАРИФИ С РЕГИСТРИРАН БАГАЖ

Всеки пътник, закупил билет по тарифа с включен регистриран багаж, има право да превози в багажниците на самолета безплатен багаж както следва:

1. По международни и вътрешни линии

| Класа на обслужване | Норма на безплатен багаж                                                                                                                                |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Бизнес класа        | 1 брой ръчен багаж до 10 кг и размери 55x40x23 см (сумарна дължина до 118 см)*<br>2 броя чекиран багаж по 23 кг или 1 брой до 32 кг, до 158 см* всеки** |
| Икономична класа    | 1 брой ръчен багаж до 10 кг и размери 55x40x23 см (сумарна дължина до 118 см)*<br>1 брой чекиран багаж до 23 кг и до 158 см*                            |

2. Изключения

| Вид карта                                                  | Пояснения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Златна карта FLY MORE                                      | 2 броя по 23 кг и до 158 см* всеки**                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| За билети заплатени с карта VISA Platinum от ЦКБ           | 2 броя по 23 кг и до 158 см* всеки**                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| За билети заплатени с кобрандирана карта България Ер и ЦКБ | 2 броя по 23 кг и до 158 см* всеки**                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| За членове на програмата „CCB Club“                        | 2 броя по 23 кг и до 158 см* всеки**                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Моряци                                                     | 2 броя по 23 кг и до 158 см* всеки**                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Бебета от 0-2 години                                       | В случай, че тарифата по която е издаден билета на възрастният, придружаващ бебето позволява 1 брой чекиран багаж до 23 кг, то бебето има право на 1 брой чекиран багаж до 10 кг. Превозът на бебешки колички се извършва безплатно, но те следва задължително да се предават и получават непосредствено при качване/слизване на/от самолета. Авиокомпанията не носи отговорност за щети в резултат на транспортиране по багажните ленти, в случай, че количката не е предадена/получена на/от самолета. |

\* Сумата от външните размери на дължината, височината и широчината на багажа /l +h+w/. Пътникът може да превозва и повече от безплатната норма багаж срещу допълнително заплащане. Трети багаж се таксува по максималната такса за трети свръхбагаж.

\*\* Ако билетите Ви са заплатени в сайта на компанията, както и в случаите на: притежание на златна карта FLY MORE, членство в програмата CCB Club, или за билети, заплатени с кобрандирана карта от ЦКБ и България Ер или карта Visa Platinum от ЦКБ, е необходимо да се свържете с нас на тел.: +359 2 4020 400 или на е-мел: callfb@air.bg за преиздаване на билета с право на 2 броя безплатен багаж. Притежанието на карти CCB Club, Visa Platinum от ЦКБ, кобрандирана карта от ЦКБ и България Ер, както и златна карта FLY MORE не дава право на безплатен допълнителен чекиран багаж по тарифа без багаж. Правото на два броя багаж за притежатели на златна карта FLY MORE и CCB Club и за билети, заплатени с кобрандирана карта България Ер и ЦКБ и карта Visa Platinum от ЦКБ, е само за полети, при които опериращ превозвач е авиокомпания България Ер.

ПЪТНИКЪТ МОЖЕ ДА ПРЕВОЗВА И ПОВЕЧЕ ОТ БЕЗПЛАТНАТА НОРМА БАГАЖ СРЕЩУ ДОПЪЛНИТЕЛНО ЗАПЛАЩАНЕ.

3. Такси за свръхбагаж - Международни линии

|                                                       |          |
|-------------------------------------------------------|----------|
| За тегло на багажа между 23 кг и 32 кг                | 50 евро  |
| За големина на багажа между 158 см* и 203 см*         | 70 евро  |
| Допълнителна бройка - втори багаж до 23 кг до 158 см* | 50 евро  |
| Допълнителна бройка - трети багаж до 23 кг до 158 см* | 100 евро |

Багаж с тегло над 32 кг може да се превозва само като карго.

4. Такси за свръхбагаж - Вътрешни линии

|                                                       |         |
|-------------------------------------------------------|---------|
| За тегло на багажа между 23 кг и 32 кг                | 20 евро |
| За големина на багажа между 158 см* и 203 см*         | 30 евро |
| Допълнителна бройка - втори багаж до 23 кг до 158 см* | 20 евро |
| Допълнителна бройка - трети багаж до 23 кг до 158 см* | 50 евро |

5. Специални категории багаж

|                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Спортна екипировка                           | Багажът трябва да е с максимални размери до 23 кг и до 200 см<br><b>Изключение:</b><br>• Международни полети: един чифт ски/сноуборд на пътник - прилага се фиксирана такса от 30 евро.<br>• Вътрешни полети: един чифт ски/сноуборд на пътник - прилага се фиксирана такса от 20 евро.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Велосипеди                                   | Приемат се за превоз в специална опаковка (картон или специален калъф). Максимални размери на опаковката 160 x 90 x 25 см. Изисква се предварително потвърждение на услугата в резервацията.<br>Международни линии: 70 евро. Вътрешни линии: 30 евро.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Оръжия                                       | Превозът на огнестрелни оръжия и боеприпаси се извършва съгласно изискванията на Международната асоциация за въздушен транспорт /IATA/. Не се потвърждава на codeshare полетите на България Ер. Превозът на огнестрелни оръжия не може да бъде потвърден в случаите, когато авиокомпания България Ер е партньор по полет. Превозът на огнестрелни оръжия и боеприпаси, различни от спортно оръжие и боеприпаси, е забранен. В някои случаи, превоз на огнестрелни оръжия и боеприпаси за ловни и спортни цели, може да бъде разрешен. Пътникът трябва да се свърже с България Ер и да предостави информация за вида на оръжието, серийния му номер и припасите, които се внасят в резервационната система. Всички огнестрелни оръжия и боеприпаси, се приемат само като багаж за транспортиране в багажниците на самолета и в никакъв случай в салона с пътниците. Трябва да са разделно и подходящо опаковани, като теглото на мунициите не бива да надвишава 5 кг. Пътникът трябва да има всички документи, изисквани от закона и подзаконовите актове, приложими за превоз за съответната държава. България Ер си запазва правото да откаже превоз на огнестрелни оръжия и боеприпаси.<br>• Ловни пушки и патрони – комплект до 15 кг: такса 50 евро.<br>• Ловни пушки и патрони- при общо тегло над 15 кг: такса 70 евро.<br>• Късо огнестрелно оръжие (пистолет): такса 20 евро.<br>Ловната пушка и патроните се считат за едно парче регистриран багаж и се таксуват с еднократна такса за обслужване. Този вид багаж не се включва в безплатната норма и таксата се прилага независимо от това дали пътникът има друг чекиран багаж. |
| Домашни любимци в пътническата кабина /PETC/ | Максимално тегло на животното и клетката – до 8 кг. <b>За полети FB1431/1432 до и от Париж, където опериращ превозвач е Air France, максималното тегло е 6 кг.</b> Максимални размери на клетката – 48 x 35 x 22 см. <b>Приемат се само кучета и котки.</b> България Ер не приема за превоз животни до и от Великобритания. При пътуване с домашен любимец /куче или котка/, е необходимо при закупуването на билет да свържете с авиокомпанията за потвърждение, тъй като ако няма предварителна заявка, превозът може да бъде отказан. Не се включва в безплатната норма багаж. Заплаща се такса от 50 евро.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Домашни любимци в багажника /AVIH/           | Максимално тегло на животното и контейнера – 32 кг. Максимални размери на контейнера – 80 x 74 x 64 см. <b>Приемат се само кучета и котки.</b> България Ер не приема за превоз животни до и от Великобритания. При пътуване с домашен любимец /куче или котка/, е необходимо при закупуването на билет да се свържете с авиокомпанията за потвърждение, тъй като ако няма предварителна заявка, превозът може да бъде отказан. Не се включва в безплатната норма багаж. Заплаща се такса от 80 евро.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

За смесени превози с участието на България Ер и други партньорски авиокомпани в маршрута могат да бъдат прилагани други условия за багаж.

# IMPORTANT!

## BAGGAGE ALLOWANCE ON BULGARIA AIR FLIGHTS

All passengers of Bulgaria Air are entitled to free carriage of cabin baggage and checked baggage (in the luggage compartment of the airplane) depending on the chosen tariff. Free allowances for pieces and weight of baggage may vary depending on the travel class (business or economy) and the tariff on which the ticket has been issued. Baggage transportation on regular lines also conforms to some general rules and the policy of Bulgaria Air, which you should consider.

Bulgaria Air introduces rules for baggage carriage on its destinations for all tickets, issued after May 2, 2011. The **PIECE CONCEPT** system is based on the quantity, weight and dimensions of the checked-in baggage.



### TARIFFS WITHOUT CHECKED BAGGAGE

Each passenger who bought a ticket in a tariff that includes only a hand baggage carriage, is allowed to transport in the cabin free baggage allowance as follows:

| Class of service | Allowance for free of charge baggage                                                     | Fees for checked baggage carriage                                                                                                                                                                               |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Economy class    | 1 piece hand baggage up to 10 kg and dimensions 55x40x23 sm (total length up to 118 sm)* | First piece of checked baggage up to 23 kg and up to 158 cm *: <ul style="list-style-type: none"><li>• Domestic flights – EUR 15 per direction</li><li>• International flights – EUR 20 per direction</li></ul> |

### TARIFFS WITH CHECKED-IN BAGGAGE

Each passenger who bought a ticket in a tariff that includes checked baggage, is allowed to transport in the luggage compartment of the airplane free baggage allowance as follows:

#### 1. International and Domestic flights

| Class of service | Норма на безплатен багаж                                                                                                                                                      |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Business class   | 1 piece hand baggage up to 10 kg and dimensions 55x40x23 sm (total length up to 118 sm)*<br>2 pieces checked baggage up to 23 kg or 1 piece up to 32 kg, up to 158 sm* each** |
| Economy class    | 1 piece hand baggage up to 10 kg and dimensions 55x40x23 sm (total length up to 118 sm)*<br>1 piece checked baggage up to 23 kg and up to 158 sm*                             |

#### 2. Exceptions

| Card type                                                        | Explanations                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gold card FLY MORE                                               | 2 pieces of 23 kg and up to 158 cm each**                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| For tickets paid with VISA Platinum card by CCBank               | 2 pieces of 23 kg and up to 158 cm each**                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| For tickets paid with co-branded card Bulgaria Air / CCBank      | 2 pieces of 23 kg and up to 158 cm each**                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| For members of the 'CCB Club' programme- free checked-in baggage | 2 pieces of 23 kg. Third piece is charged as third excess baggage**                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Seamen                                                           | 2 pieces of 23 kg and up to 158 cm each**                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Infants 0-2 years of age                                         | If the fare of the ticket of the adult who is accompanying the baby allows 1 piece checked baggage up to 23 kg, the baby is entitled to 1 piece checked baggage up to 10 kg.<br>Transportation of baby carriages is free of charge, but it is mandatory to hand them over/to receive them immediately before embarkation / disembarkation of the aircraft.<br>The aviation company shall not be responsible for damages resulting from transportation on baggage belts, in case the carriage has not been handed over/received at the aircraft. |

\* The maximum allowed volume is the sum of the external length, height and width of the baggage /l+h+w/. The passenger may carry more than the free of charge baggage allowance for an additional fee. Third piece is charged as third excess baggage.

\*\* If your tickets are paid in the company's website, as well as in the cases of: possession of gold card FLY MORE, membership in CCB Club, or tickets paid with co-branded card from CCB and Bulgaria Air or Visa Platinum card from CCB you need to contact us by phone +359 2 4020 400 or e-mail callfb@air.bg to reissue the ticket entitled to free 2 pieces of luggage. Possession card CCB Club, Visa Platinum CCB, co-branded card from CCB and Bulgaria Air, and Gold Card FLY MORE entitle the additional free checked baggage on tariff without luggage. The right to two pieces of luggage for holders of Gold Card FLY MORE and CCB Club and tickets paid with co-branded card CCB and Bulgaria Air and Visa Platinum card from CCB is only on flights where the operating carrier is Bulgaria Air.

### THE PASSENGER MAY CARRY MORE THAN THE FREE BAGGAGE ALLOWANCE AT ADDITIONAL COST.

#### 3. Excess baggage fees – International flights

|                                               |         |
|-----------------------------------------------|---------|
| Baggage weight between 23 kg and 32 kg        | EUR 50  |
| Baggage dimensions between 158 cm and 203 cm  | EUR 70  |
| Extra piece – second bag up to 23 kg x 158 cm | EUR 50  |
| Extra piece – third bag up to 23 kg x 158 cm  | EUR 100 |

Baggage with weight over 32 kg may only be carried as cargo.

#### 4. Excess baggage fees – Domestic flights

|                                                   |        |
|---------------------------------------------------|--------|
| Baggage weight between 23 kg and 32 kg            | EUR 20 |
| Baggage dimensions between 158 cm and 203 cm      | EUR 30 |
| Extra piece – second bag up to 23 kg up to 158 cm | EUR 20 |
| Extra piece – third bag up to 23 kg up to 158 cm  | EUR 50 |

#### 5. Special categories of baggage

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sport equipment                    | The baggage must be of maximum weight and dimensions 23 kg and 200 cm*<br><b>Exception:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• International flights: One pair of skis/snowboard per passenger – a fixed rate of EUR 30 applies.</li><li>• Domestic flights: One pair of skis/snowboard per passenger – a fixed rate of EUR 20 applies.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Bicycles                           | Accepted for carriage in special packaging (cardboard or a special case). Maximum size of package 160 x 90 x 25 cm. This service requires pre-confirmation in the reservation.<br>International flights: EUR 70. Domestic flights: EUR 30.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Firearms                           | Carriage of firearms and ammunition is carried out according to the requirements of the International Air Transport Association /IATA/. It is not confirmed on codeshare flights of Bulgaria Air. Carriage of firearms and ammunition other than sport weapons and ammunition is prohibited. In some cases, carriage of firearms and ammunition for hunting and sporting purposes may be permitted. The passenger should contact Bulgaria Air and provide information on the type of weapon, its serial number and the ammunition, which will be entered into the reservation system. All firearms and ammunition will be accepted only as baggage and must be transported in the luggage compartment of the airplane and under no circumstances in the passenger cabin. They must be suitably packed separately and the weight of the ammunition should not exceed 5 kg. The passenger should have all documents required by law and regulations applicable to carriage for the particular state.<br>Bulgaria Air reserves the right to deny carriage of firearms and ammunition. <ul style="list-style-type: none"><li>• Hunting rifles and cartridges – total weight up to 15 kg: fee EUR 50.</li><li>• Hunting rifles and cartridges – total weight over 15 kg: fee EUR 70.</li><li>• Short-barrel firearms (pistol): fee EUR 20.</li></ul> Hunting rifles and cartridges are regarded as one piece of registered baggage and are charged with one-time fee for service. This type of baggage is not included in the free allowance and the fee is applied regardless of whether the passenger has other checked-in baggage. |
| Pets in the passenger cabin /PETC/ | Maximum weight of pet and cage – up to 8 kg. <b>For flights FB1431/1432 to/from Paris, where operator is Air France, the maximum weight is 6 kg.</b> Maximum dimensions of the cage – 48 x 35 x 22 cm. <b>Only dogs and cats are accepted.</b> Bulgaria Air does not accept for carriage live animals to and from Great Britain. If travelling with an animal /dog or cat/, please be advised to contact the airline at the time of purchase of your ticket, because if there is no request in advance, the carriage of the animal may be refused. Not included in the free baggage allowance. A fee of EUR 50 applies.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Pets in the hold / AVIH/           | Maximum weight of the animal and the container – 32 kg. Maximum dimensions of the container – 80 x 74 x 64 cm. <b>Only dogs and cats are accepted.</b> Bulgaria Air does not accept for carriage live animals to and from Great Britain. If travelling with an animal /dog or cat/, please be advised to contact the aviation company at the time of purchase of your ticket, because if there is no request in advance, the carriage of the animal may be refused. Not included in the free baggage allowance. A fee of EUR 80 applies.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

For partner flights involving Bulgaria Air and other partner airlines, other luggage conditions may apply.

# ГОТОВИ ЗА ПОЛЕТ

## FIT TO FLY

Предлагаме ви няколко полезни съвета за това как да се чувствате добре по време на полета и след него. Изпълнявайте упражненията бавно и дишайте равномерно.

These handy exercises enable you to stay in top form – both during and after the flight. Perform each move with steady, even breathing.



### Ходила

10 пъти

Поставете петите на пода и повдигнете нагоре пръстите на краката. После опрете пода с пръсти и повдигнете петите.



### Глезени

15 пъти

Правете кръгови движения първо с единия крак, а после с другия.



### Колене

30 пъти

Повдигнете единия крак, докато не усетите напрежение в бедрото.



### Рамене

5 пъти

Поставете ръцете на бедрата и започнете да описвате кръгови движения с раменете.



### Крака

10 пъти

Наведете се леко напред. Обгърнете с ръце коленете и ги повдигнете на нивото на гърдите. Загържете така 15 секунди.



### Гръб и ръце

15 пъти

Поставете и двете стъпала на пода и стегнете корема. Наведждайте се напред, докато ръцете ви не опрат пръстите на краката.

EN

### Feet

10 times

Placing your heels on the floor, stretch your toes upwards. Then, keeping your toes on the floor, raise your heels upwards.

### Ankles

15 times

Rotate your foot – first in one direction and then the other.

### Knees

30 times

Raise your legs, tensing the muscles in your thighs.

### Shoulders

5 times

With your hands on your thighs, rotate your shoulders in a circular motion.

### Legs

10 times

Bend forward slightly. Wrap your hands around one knee and raise it to your chest. Hold for 15 seconds. Repeat with the other knee.

### Back and arms

15 times

Place both feet flat to the floor and hold your stomach in. Bend forward, moving your hands down your legs.

## Да се лети не е страшно

- Статистиката сочи, че летенето със самолет е далеч по-безопасно от много други дейности
- Екипажът на вашия самолет е висококвалифициран и с богат опит
- Самолетите на България Ер са с безпрепятствена поддръжка и могат да устоят на всякаква турбуленция
- Опитайте да се отпуснете – вдишвайте дълбоко през носа и задръжвайте въздуха няколко секунди, преди да го издишате

EN

## Relax!

- Statistics show that flying is much safer than many situations in daily lives
- The crew in control of the plane is highly trained and experienced
- Bulgaria Air aircraft are thoroughly maintained and designed to withstand various forms of turbulence
- Try to relax – breathe in deeply through your nose, hold for three seconds before exhaling slowly

## По време на полет

- Усещате болка в ушите? Запушете носа, затворете устата и започнете да преглъщате или да се опитвате да изкарате въздуха, без да отваряте уста. Дъвченето на дъвка също помага
- Стимулирайте кръвообращението си, като се разходите по пътеката в самолета
- Избягвайте да седите с кръстосани крака, защото това може да ограничи кръвообращението
- Може да се почувствате по-удобно, ако свалите обувките
- Пийте повече вода и по-малко алкохол, чай или кафе

EN

## During the flight

- Ear pain? Pinch your nose shut, close your mouth and swallow or blow out against your closed mouth. Alternatively, chew some gum
- Stimulate your circulation by walking around the cabin and stretching
- Avoid sitting with your legs crossed as this restricts circulation
- Removing your shoes may provide you with more comfort
- Drink plenty of water and not too much alcohol, tea or coffee

## Как да се приспособим по-бързо към часовите разлики

- Опитайте се да настроите биологичния си часовник към времевата зона на бъдещата ви дестинация, като вечерта преди по-лети си легнете един час по-рано или по-късно
- Не прекалявайте с тежката храна и не пийте твърде много алкохол или кафе вечерта преди полета
- Яжте богати на протеин храни в подходящи за новата часова зона отрязъци от денонощието
- Когато пристигнете на избраната от вас дестинация, направете си кратка разходка
- Прекарайте поне 30 минути на дневна светлина

EN

## Reducing jetlag

- Begin adjusting your body clock to the time zone of your destination the night before departure by going to bed earlier or later
- Don't consume too much food the night before you leave, or drink too much coffee or alcohol
- Eat protein-rich meals at times that are normal for your new time zone
- At your destination, take light exercise – such as a walk
- Spend at least 30 minutes in daylight

# УДОБСТВО И БЕЗОПАСНОСТ ВЪВ ВЪЗДУХА

## YOUR COMFORT AND SAFETY IN THE AIR

### Вашето здраве

Ако имате притеснения за здравето си, свързани с пътуването, и особено ако страдате от дихателни или сърдечно-съдови заболявания, посетете лекаря си преди заминаване. Аптеките могат да ви предложат лекарства без рецепта, но нашият съвет е винаги да се консултирате с лекар, който е най-подходящ за вас.

### Вашият багаж

Избягвайте тежкия ръчен багаж. Носенето му може да претовари организма ви. Да седнеш в креслото уморен и загъхан, означава да започнеш пътуването си зле. В ръчния багаж носете само основното, което ще ви трябва по време на полета.

### Срокът за явяване на летището

Опитайте се да пристигнете на летището рано. Оставте си достатъчно време за формалности, пазаруване и отвеждане към самолета. Времето за регистриране на пътниците е различно на различните летища и може да варира според дестинацията. Добре е да се информирате предварително за часа, в който трябва да сте на летището.

### Вашата сигурност

Запознайте се с изискванията за сигурност и ги спазвайте.

Не се съгласявайте да пренасяте чужд багаж.

Не оставяйте багажа си без надзор.

Слагайте ножове, ножици и остри предмети в куфара, който предавате за транспортиране в багажника на самолета. Ако са в ръчния ви багаж, летищните служби за сигурност ще ви забранят да ги качите в самолета.

### Вашият ръчен багаж

Сложете тежките предмети под седалката пред вас, а леките – в багажните отделения над седалките. Не блокирайте с багаж пътя към аварийните изходи и пътеките между креслата. Отваряйте багажниците над седалките внимателно – ако съдържанието им е разместено по време на полета, при отваряне от тях може да паднат предмети.

### Пушенето

Пушенето в самолета е опасно. Забранено е на всички

България Ер ви желае безопасен и удобен полет. Висококвалифицираните ни летци, стюардеси и стюарди са обучени да осигурят безопасността ви. Ето някои основни моменти от безопасността, с които може да се запознаете, докато почивате и се наслаждавате на полета на България Ер.

Bulgaria Air wishes you a safe and comfortable journey. Our highly trained flightdeck and cabin crews are here to take care of your safety. While relaxing and enjoying Bulgaria Air's inflight service, you may consider the basic points that follow.

полети на България Ер. На кабинния екипаж е наредено да следи за изпълнението на забраната. Не пушете в полетните, които са оборудвани с датчици за дим.

### Упътванията за безопасност

Преди заминаване и пристигане кабинният състав на България Ер ще ви запознае с правилата за безопасност в самолета. Упътването включва сведения за предпазните колани, кислородните маски, изходите, аварийното напускане на самолета, спасителните жилетки. Молим за вашето внимание по време на демонстрацията. Разгледайте инструкцията за безопасност в самолета, която е в джоба на седалката пред вас.

### Кабинен екипаж

Кабинният екипаж на България Ер се грижи да ви обслужва отлично и да осигурява безопасността по всяко време. Не се притеснявайте да повикате стюардесите и стюардите, като използвате разположения над креслото ви бутон, да споделяте коментарите си с тях и да ги убедомявате за потребностите си.

### При пристигане

Пазете багажите си купони, за да намерите лесно багажа си. Отделете малко време, за да се аклиматизирате след пристигането си.

in, shop and board. Check-in times vary from airport to airport and from destination to destination. Please, inform yourself well in advance to avoid delays/cancellations.

### Your security

Do read and follow the security requirements. Do not agree to carry other people's items with you. Never leave your luggage unattended. Store personal knives, scissors and other sharp objects safely inside your suitcase or hold luggage. If you do not, airport security staff will stop you taking them aboard in your cabin luggage.

### Your hand luggage

Please store heavy items underneath the seat in front of you. Stow lighter items in the overhead luggage racks. Please ensure you do not block access to the emergency exits, and do not block the aisle. Please open the overhead lockers with caution: items there may have become disturbed and may fall onto the seats below.

### Smoking

Smoking onboard is dangerous. All Bulgaria Air flights are non-smoking and cabin crew are under strict instructions to monitor observance. Please do not smoke in the lavatories; they are equipped with smoke sensors.

### The safety briefing

Before departure and on approach, Bulgaria Air cabin crew will demonstrate the rules of safety on board our aircraft. The briefing includes information on your seatbelt, how to use your oxygen mask, how to locate exits, how to leave the aircraft in an emergency, and how to use your lifejacket. Please spare a moment to watch their demonstration. Please also consult the illustrated Safety on Board leaflet in the seat pocket in front of you.

### Your cabin crew

The Bulgaria Air flight attendants are on board to provide you with top class inflight service and ensure your safety at all times. Please do not hesitate to use the overhead attendant call button and share comments or request service from your flight attendant.

### At the destination airport

Have you luggage identification tags ready to help you find your luggage. Give yourself some time for initial acclimatisation with the weather and environment of your destination.

### Your health

If you have any medical concerns about making a journey, or if you suffer from a respiratory or heart condition, see your doctor before traveling. There are over-the-counter medicines available, but we recommended always consult a doctor to determine which are suitable for you.

### Your luggage

Try to travel light. Carrying heavy bags can cause considerable stress you may not be used to. Arriving at your sit exhausted and perspiring is not a good start to your journey. In your hand luggage, carry only essential items which you will genuinely need during the flight.

### Your check in deadline

Arrive early at the airport. Give yourself plenty of time to check

### Уважаеми пътници,

В съответствие с директива на Европейската комисия 68/2004 от 15 януари 2004г., в охраняемите зони на летищата и в ръчния багаж не бива да се слагат предмети, с които е възможно или изглежда възможно да се причини нараняване. Сред забранените предмети са:

- всякакви видове огнестрелно оръжие;
- катапулти и харпун;
- имитации на огнестрелно оръжие, в това число детски играчки;
- оръжейни части, с изключение на уреди за телескопично виждане;
- пожарогасител;
- електрошокови уреди;
- брадви, секири, сатъри, томахаки;
- лъкове, къси копия;
- всякакви заострени метални предмети,

- които могат да послужат за нараняване;
- ножове, независимо от предназначението им;
- саби, мечове;
- бръснари, скалпели;
- ножици, с режеща част по-дълга от 6см;
- бормашины, отвъртки, клещи, чукове;
- кънки за лег;
- всички видове спортни стикове, бухалки, щекли и тояги;
- всички видове оборудване за бойни

- спортове;
- амуниции, гранати, мини, военни експлозиви;
- детонатори;
- газ и газови контейнери;
- всякакви пиротехнически средства;
- хлор, парализиращи спрейове, съзотворен газ;
- терпентин, разреждател и аерозолна боя;
- напитки с над 70% съдържание на алкохол;

*Списъкът посочва някои от забранените за пренос предмети, без да бъде изчерпателен. Моля консултирайте се с летищния персонал за по-пълна информация.*

From 6 November 2006 the European Union adopted new security rules that restrict the amount of liquids you can take through security checkpoints, in addition to other prohibited articles. These liquids must be in individual containers with a maximum capacity of 100 ml each, packed in one transparent, resealable plastic bag (with a capacity of no more than one litre). The restrictions apply to liquids such as water, drinks, soups, syrups, make-up, creams, lotions, gels, perfumes, deodorants, sprays, tooth paste and shaving foam. Liquid foods for babies and any medication a passenger may need during a flight are exempt from the above restrictions but must be presented at security checkpoints.

*This is not an exhaustive list. If in doubt, please, consult the airport staff who will be happy to provide you with more detailed information.*

### Dear passengers,

In keeping with European Commission Regulation № 68/2004 of 15 January 2004, any object capable, or appearing capable of causing injury should not be carried into the security restricted areas of the airports and into the aircraft's cabins. These include, but are not limited to:

- all types of firearms;
- catapults and harpoons;
- replica or imitation firearms, toy guns;
- component parts of firearms (excluding telescopic sighting devices);
- fire extinguishers;
- stun or shocking devices;
- axes, hatchets, meat cleavers; machetes;
- arrows and darts;
- any type of sharpened metal objects, which could cause injury;

- all types of knives;
- sabers, swords;
- open razors and blades, scalpels;
- scissors with blades more than 6 cm in length;
- drills, screwdrivers, crowbars, hammers;
- ice skates;
- any type of sport bats, clubs, sticks or paddles;
- any martial arts equipment;
- ammunition, grenades, mines, explosives

- and explosive devices;
- detonators;
- gas and gas containers;
- any pyrotechnics;
- chlorine, disabling or incapacitating sprays, tear gas;
- turpentine and paint thinner, aerosol spray paint;
- alcoholic beverages exceeding 70% by volume.

# НОВИ ПРАВИЛА ЗА ПРЕВОЗ НА ДЕЦА

От 1 юли 2012 година авиокомпания България Ер променя правилата за превоз на непридружени деца

За **НЕПРИДРУЖЕНО ДЕТЕ (UNACCOMPANIED MINOR - UM)** се смята дете, от 3 до 12 години, което по време на полета не се придружава от родител/настойник или друг пътник-придружител. Деца до 3 години не могат да ползват услугата непридружено дете

**ПРИ УСЛУГАТА ПРЕВОЗ НА НЕПРИДРУЖЕНО ДЕТЕ (UM)** служители поемат детето от изпращача на отправното летище, придружават го по време на всички летищни формалности и го предават на посрещача. Услугата е задължителна за деца на възраст от 3 до 5 години и възможна при поискване за деца с навършени 5 години.

**ФОРМУЛЯР – ИНФОРМАЦИЯ ОТ РОДИТЕЛ/НАСТОЙНИК:** Задължителен документ, в който се вписва пълна информация за детето, както и имената, адресите и телефони на изпращача и посрещача.

**ЕСКОРТ** – Стюардеса, която пътува с детето и се грижи за него по време на полета. За да бъде осигурен ескорт, агентът, създател на резервацията на детето, внася SR UMNR с неговата възраст и рождена дата, както и информация за посрещача и изпращача – имена, телефон за връзка и пълнен адрес. Запитването се прави поне две седмици преди полета. В рамките на 3 дни служителите от отдел Спейс контрол дават отговор на молбата. При потвърждение Спейс Контрол запазва място на стюардесата на желания полет и уведомява агента, който създава EMD в резервацията на детето в размер на дължимата сума за тази услуга.

**ЗАДЪЛЖИТЕЛНАТА ИНФОРМАЦИЯ** за потвърждаване на услугата UMNR включва три имена, възраст и рождена дата на детето; три имена, телефон за връзка и пълнен адрес на посрещача и изпращача. Непридруженото дете трябва да носи със себе си валиден паспорт. За вътрешните полети паспортът може да бъде заменен с акт за раждане – оригинал или нотариално заверено копие.

- Авиокомпания България Ер не приема непридружени деца, трансфериращи на летище София. Изключения се правят само при предоставени контакти на трансферния пункт.
- Деца до 3 години не се приемат за превоз без придружител.
- Деца, навършили 5 години, се приемат за превоз без придружител и се обслужват по реда за непридружени деца – UM.

**ЗАПЛАЩАНЕ ЗА ПРЕВОЗА** на непридружени деца: за всяко непридружено дете, независимо от възрастта, се събира UM такса в размер на 40 евро на отсечка за международни полети и 20 евро за вътрешни линии, като за София – Лондон таксата е 50 евро, а за Лондон – София 50 паунда. Една стюардеса може да придружава две деца от едно семейство – братя и сестри, които пътуват заедно, като се заплаща една UM такса за двете деца.

**Допълнителни условия:**

- от 3 до навършване на 5 години: за детето се заплаща пълната тарифа за възрастен пътник без детско намаление, плюс 50% от едноръчната тарифа в М класа за стюардесата-придружител. Всички дължими летищни такси за маршрута по билета също се събират;
- от 5 до 7 години: плаща се 100 % от тарифата за възрастен пътник;
- от 8 до 11 години: плаща се детски билет с приложимото по съответната тарифа детско намаление;
- по желание на родителите, деца от 12 до 18 години могат също да ползват услугата UM срещу заплащане на UM таксата.

# NEW RULES FOR TRANSPORTING CHILDREN

From the 1st of July 2012, Bulgaria Air is changing its rules regarding transporting unaccompanied children.

**AN UNACCOMPANIED MINOR (UM)** – is any child of 3 to 12 years of age who is not accompanied by parent/guardian or another passenger-companion on the same flight. Children of less than 3 years of age may not use the service for unaccompanied minor.

**THE SERVICE “TRANSPORT OF AN UM** means that employees of Bulgaria Air take the child from the person that escorts him or her to the departure airport, accompanies the child through all airport formalities, and brings him to the person that will collect the child at the destination. The service is mandatory for children between 3 and 5 years old, and optional for children who have already turned 5 years.

**FORM – INFORMATION FROM THE PARENT/GUARDIAN:** A mandatory document that contains full information about the child, as well as names, addresses and telephone numbers of the persons who will be escorting the child to the departure airport and from the destination airport.

**ESCORT** – A flight attendant who travels with the child and cares for him or her during the flight. To provide an escort, Bulgaria Air requires the travel agent that books the flight for the child to submit SR UMNR with the child's age and date of birth, as well as information about the person who will deliver the child to the departure airport, and the person who will collect him or her from the destination airport – their full names, telephone numbers and full addresses. This service should be requested at least two weeks prior to the flight. Staff members from the Space Control Department will reply to your inquiry within 3 business days. Upon confirmation, Space Control books a place for the flight attendant on the desired flight and informs the travel agent who issues an EMD on the child's reservation in the amount of the sum payable for the service.

**MANDATORY INFORMATION** for the confirmation of the UMNR service includes the child's full name, age and date of birth, as well as the full names, telephone numbers and complete addresses of persons delivering the child to the departure airport and those who are collecting him or her at the destination airport. The UM must have a valid passport on him/her. For domestic flights the passport may be replaced by a birth certificate or a copy of it certified by a Notary.

- Bulgaria Air does not accept unaccompanied minors who transfer at Sofia Airport. Exceptions are made only when contact information has also been submitted for the persons who will take care of the child at the point of transfer.
- Children under 3 years of age cannot travel unaccompanied.
- Children who have turned 5 are permitted to travel unaccompanied and are served according to the rules for unaccompanied minors.

**THE PRICE FOR THE TRANSPORT OF UM SERVICE:**

For an unaccompanied child, regardless of age, a UM fee of EUR 40 per international flight segment and EUR 20 for domestic flights is collected, for Sofia - London the fee is EUR 50 and for London - Sofia GBP 50.

One flight attendant can escort two children from the same family simultaneously - brothers and sisters traveling together, and in that case one UM fee is collected for both children.

**Additional conditions:**

- For children between 3 and 5 years old: the price is the full adult tariff without a children's discount, plus 50% of the one-way tariff per segment in M class for the escorting flight attendant. All applicable airport fees for the route of the flight are also collected;
- Age 5 - 7: the customer pays 100% of the tariff for an adult passenger;
- Age 8-11: the customer pays a children's tariff (with the applicable child discount from the respective tariff);
- Upon parental request, children aged between 12 and 18 years old may also make use of the UM service if the UM fee is paid.



THE FACE OF

**Bulgaria Air**

National Carrier **www.air.bg**



**Airbus A320-214**



**Airbus A319-112  
Airbus A319-111**



**Boeing 737-300**



**Embraer 190-100**



## CODESHARE PARTNERS

Co-operative and marketing abetments with other airlines are an integral part of Bulgaria Air operating policy. Code sharing agreements enable travelers to take advantage of a greatly enhanced spectrum of global destinations with the minimum of procedural inconvenience.



SOFIA – MOSCOW

Both airlines operate codeshare flights between Bulgaria and Russia.

VARNA/BOURGAS – MOSCOW

Jointly operated services using Bulgaria Air aircraft and crew.



SOFIA – PARIS

Both parties operate and have a seat exchange programme.



SOFIA – ROME

Both parties operate and have a seat exchange programme.

SOFIA – MILAN

Jointly operated services using Bulgaria Air aircraft and crew.



SOFIA – MADRID, MADRID – LAS PALMAS,  
MADRID – TENERIFE

Jointly operated services using Bulgaria Air aircraft and crew.



SOFIA – AMSTERDAM

Jointly operated services using Bulgaria Air aircraft and crew.



SOFIA – BUCHAREST

Jointly operated services using Tarom aircraft and crew.



SOFIA – PRAGUE, PRAGUE – BUDAPEST

Jointly operated services using Bulgaria Air aircraft and crew.



SOFIA – BELGRADE

Jointly operated services using Air Serbia aircraft and crew.



A STAR ALLIANCE MEMBER

SOFIA – ATHENS

Both parties operate and have a seat exchange programme.

SOFIA – VARNA, SOFIA – BURGAS, SOFIA – LARNACA

Jointly operated services using Bulgaria Air aircraft and crew.

ATHENS – LARNACA, ATHENS – BEIRUT, ATHENS – TEL AVIV,

ATHENS – EREVAN, ATHENS – NICE, LARNACA – TEL AVIV

Jointly operated services using Aegean aircraft and crew.

# Дестинации Destinations



## CODESHARE PARTNERS

Code share партньорството позволява на авиокомпаниите да предлагат на своите пътници повече полети до дадената дестинация при облекчена процедура за резервация, както на собствените полети, така и на полетите на партньора по маршрута.

The Code share partnership enables airlines to provide for their valuable customers more frequencies to each particular destination at facilitating booking procedure, on every own operated or marketing flight en route.



## SPA PARTNERS

Special prorate agreement е сред основните търговски договори, предоставящи на партньорските авиокомпани изключителната възможност да увеличат броя на предлаганите дестинации през даден пункт и да отговарят на търсенето на клиентите с приемливи цени.

The Special prorate agreement is among the basic commercial agreements, giving partner airlines a significant opportunity to enlarge number of global beyond destinations offered in response to customer demands at reasonable prices.



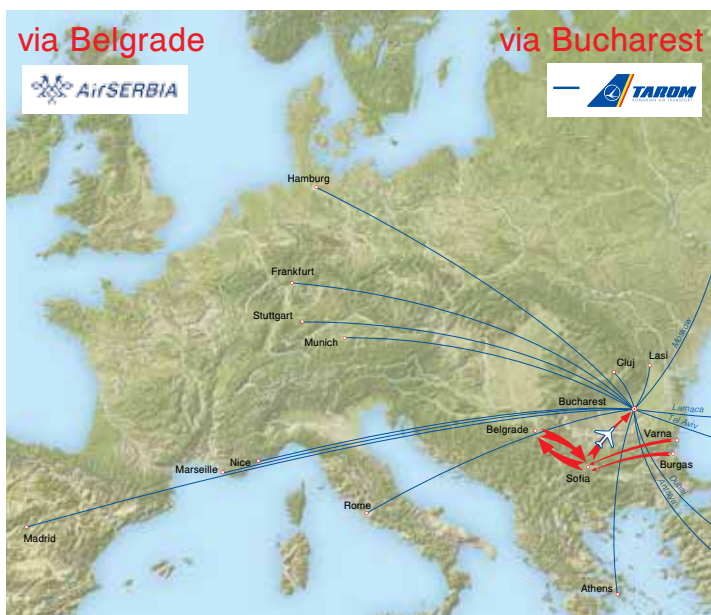
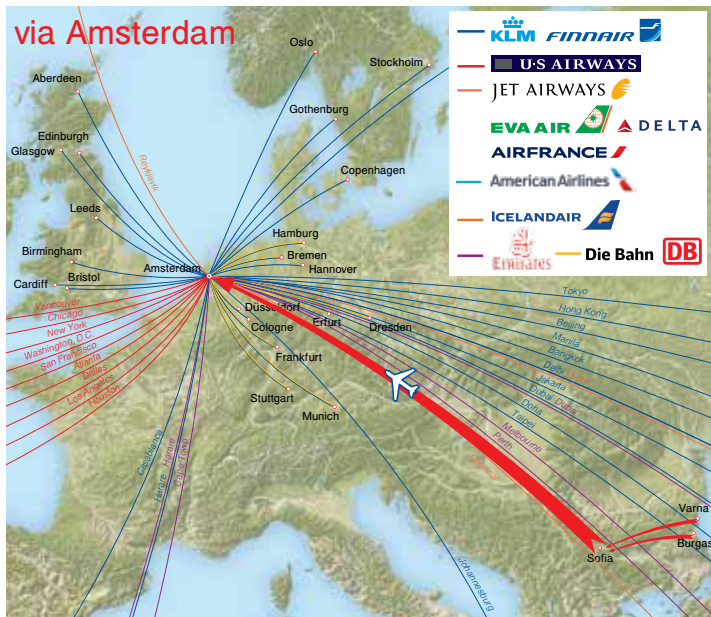
## INTERLINE PARTNERS:

Interline agreement позволява взаимното признаване на билетите и по този начин съществено допринася за това двете авиокомпани да могат да предлагат продукта на партньора по редовни линии.

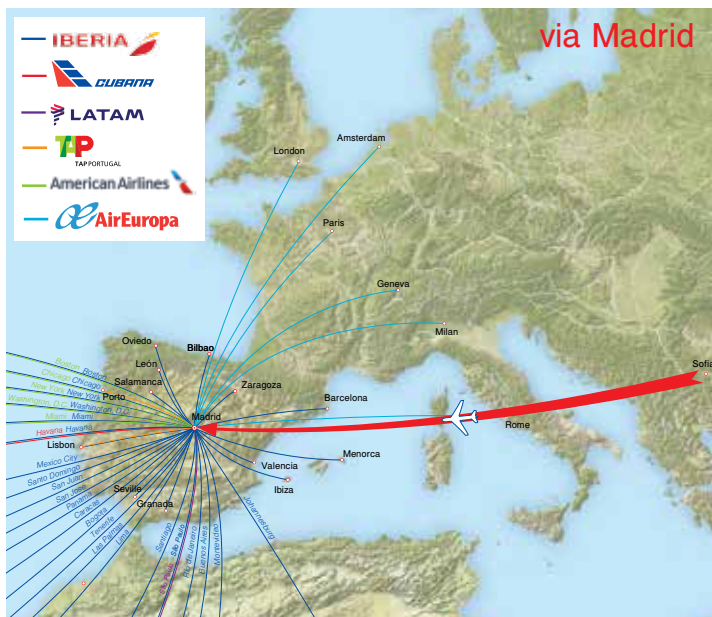
The Interline agreement permits the acceptance of each other's airtickets and that way contributes significantly both airlines to be able to offer customers reciprocally their product on schedule services.



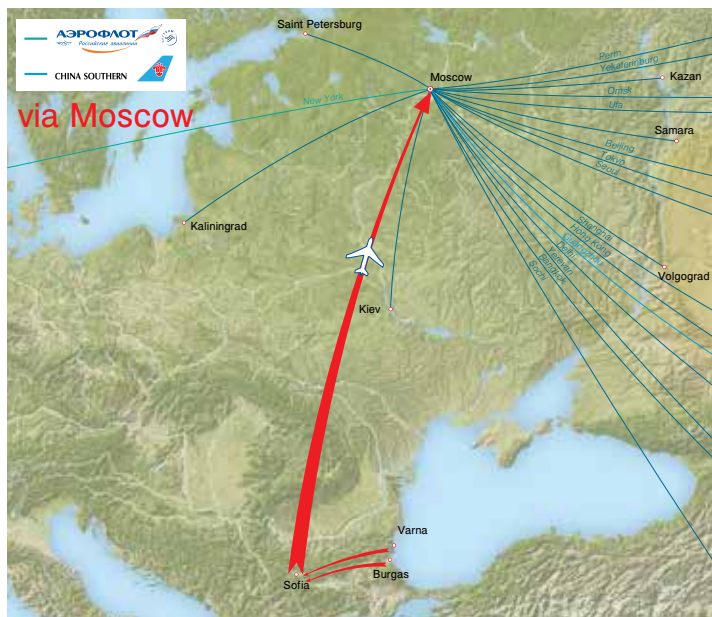
Летете до всяка точка на света с България Ер и партньори.  
Fly anywhere across the world with Bulgaria Air and partners.



*Летете до всяка точка на света с България Ер и партньори.*



*Fly anywhere across the world with Bulgaria Air and partners.*



# БЪЛГАРИЯ ЕР: Къде да ни намерите?

## BULGARIA AIR: Where to find us?

|                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                    |                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>SOF</b><br><b>BOJ</b><br><b>VAR</b><br> | <b>Customer Service Center</b><br>1, Brussels Blvd Sofia Airport,<br>Sofia 1540<br><i>Working Hours:</i><br><i>Every day 08:00-22:00 Local Time</i>                                                | phone: +359 2 402 04 00<br>e-mail: callFB@air.bg<br>www.air.bg                       |
|                                                                                                                             | <b>Head office</b><br>1, Brussels Blvd Sofia Airport,<br>Sofia 1540<br><i>Working Hours:</i><br><i>Monday - Friday</i><br><i>09:00-17:30 Local Time</i>                                            | fax: +359 2 984 02 03<br>e-mail: office@air.bg<br>www.air.bg                         |
|                                                                                                                             | <b>Sofia City Office</b><br>2 Ivan Vazov Street<br><i>Working hours:</i><br><i>Monday - Friday</i><br><i>9:00-12:00/12:30-17:30 Local Time</i>                                                     | e-mail: tickets1@air.bg<br>www.air.bg                                                |
|                                                                                                                             | <b>FLY MORE Office</b><br>1, Brussels Blvd Sofia Airport,<br>Sofia 1540<br><i>Working hours:</i><br><i>Every day: 09:00-12:00/13:00-18:00 Local Time</i>                                           | phone.: +359 888 903 943<br>+359 2 984 02 96<br>e-mail: flymore@air.bg<br>www.air.bg |
|                                                                                                                             | <b>Varna Airport Office</b><br>Varna Airport<br>Terminal 2, Departures<br><i>Monday - Friday and Sunday:</i><br><i>07:00-21:00 Local Time</i><br><i>Saturday:</i><br><i>03:00-18:00 Local Time</i> | phone: +359 52 573 321<br>fax: +359 52 501 039<br>e-mail: varna@air.bg<br>www.air.bg |
|                                                                                                                             | <b>Varna City Office</b><br>55, 8-mi primorski polk blvd<br><i>Working Hours:</i><br><i>Monday - Friday 09:00-20:00 Local Time</i><br><i>Saturday 10:00-18:00 Local Time</i>                       | phone: +359 52 651 101<br>e-mail: varna_city@air.bg<br>www.air.bg                    |
|                                                                                                                             | <b>Bourgas Airport Office</b><br>Bourgas airport,<br>Terminal 2 Departures, floor 2<br><i>Working Hours:</i><br><i>Monday - Friday</i><br><i>09:00-17:30 Local Time</i>                            | phone: +359 56 900 155<br>fax: +359 56 870 132<br>e-mail: boj@air.bg<br>www.air.bg   |
| <b>BRU</b><br>                           | <b>Belgium, Brussels</b><br><br><i>Working hours:</i><br><i>Monday - Friday</i><br><i>10:00-19:00 Local Time</i>                                                                                   | phone: +32 470 401 260<br>e-mail: brussels@air.bg<br>www.air.bg                      |

|                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>LCA</b><br><b>PFO</b><br> | <b>Cyprus, Nicosia</b><br><br>"Louis Aviation" – 11 Lemesos Avenue,<br>2112 Nicosia, P.O. Box 21301, 1506<br>Nicosia, Cyprus.                                                                                                                                                | phone: +357 225 88 182<br>fax: +357 223 76 606<br>e-mail: bulgariaair@louisgroup.com<br>www.air.bg                                               |
| <b>BER</b><br>               | <b>Germany, Berlin</b><br><br>Bulgarian Air Tour<br>Leipziger str 114-115,<br>10117 Berlin, Germany<br><i>Working hours:</i><br><i>Monday - Friday</i><br><i>09:00-18:00 Local Time</i>                                                                                      | phone.: +49 30 2514405<br>+49 30 2514460<br>fax: +49 30 2513330<br>e-mail: info@berlin-bat.de<br>www.air.bg                                      |
| <b>LON</b><br>               | <b>United Kingdom, London</b><br><br>Ticket Pod 1 Terminal 4 London<br>Heathrow Airport Hounslow, TW6 3FB<br><i>Working hours:</i><br><i>Monday - Friday</i><br><i>09:30 - 17:30 Local Time</i>                                                                              | phone: +44 208 745 9833<br>+44 788 966 4174<br>e-mail: LHR@bulgaria-air.co.uk<br>www.air.bg                                                      |
| <b>MOW</b><br>              | <b>Russia, Moscow</b><br><br><b>City Office</b><br>3 Kuznetzkiy Most Str., Moscow,<br>125009, Russia<br><i>Working hours:</i><br><i>Monday - Friday:</i><br><i>09:00-13:00/14:00-18:00 Local Time</i><br><i>Saturday: 10:00-14:00</i><br><i>(between June and September)</i> | phone: +7 49 5789 9607<br>e-mail: ticketmow@air.bg<br>moscow@air.bg<br>www.air.bg                                                                |
|                                                                                                               | <b>Airport office</b><br>Sheremetyevo airport, Terminal F, fl. 2,<br>ticket desks 10 and 14<br><i>Working hours:</i><br><i>Opens 2 hours before flight</i>                                                                                                                   | e-mail: svoapfb@mail.ru<br>www.air.bg                                                                                                            |
| <b>TLV</b><br>             | <b>Israel - Tel Aviv</b><br><br>Open Sky LTD<br>25 Ben Yehuda Str.<br>Israel 63806, Tel Aviv<br><i>Working hours:</i><br><i>Sunday - Thursday:</i><br><i>09:00-17:00 Local Time</i>                                                                                          | phone: +972 379 51 355<br>fax: +972 379 51 354<br>e-mail: annie@open-sky.co.il<br>www.air.bg                                                     |
| <b>USA</b><br>             | <b>Mailing Address:</b><br>1819 Polk St #401 San Francisco, CA<br>94109<br><i>Working Hours:</i><br><i>Monday - Friday 9am - 5pm,</i><br><i>Saturday - Sunday 9am - 1pm (EST)</i>                                                                                            | phone: 1-855-FLY-TO-BG (359-8624)<br>e-mail: tickets@bulgariaairusa.com<br>www.air.bg                                                            |
| <b>VIE</b><br>             | <b>Austria, Vienna</b><br><br>Intervega Reisen<br>Tiefer Graben 9, A-1010 Wien, Austria<br><i>Working Hours:</i><br><i>Monday - Thursday</i><br><i>09:00-17:30 Local Time</i><br><i>Friday</i><br><i>09:00-17:00 Local Time</i>                                              | phone: +43 1 5352550<br>0 900 220013 (domestic line)<br>fax: +431 5352552<br>e-mail: intervegareisen@aon.at<br>office@intervega.at<br>www.air.bg |