THE INFLIGHT MAGAZINE
your complimentary copy 131 / July 2021

ON AIR BULGARIA

The Euro
МИСТЕРИЯТА НА ЕВРОТО

Bulgarian Car?
ЩЕ ИМА ЛИ БЪЛГАРСКА КОЛА

The Best Beaches
НАЙ-КРАСИВИТЕ ПЛАЖОВЕ

THE DIGITAL ONE STOP SHOP

Denis Gorbunov, TiBuy's CEO, talks to Bulgaria ON AIR
Денис Горбунов, главен изпълнителен директор на TiBuy

OVER A **MILLION** READERS PER YEAR!

Bulgaria Air
National Carrier www.air.bg

Book your convenient stay, just 500m to Sofia Airport at'
ibis
ibis Sofia Airport
132, Mimi Balkanska Str, 1540 Sofia
T. +359 2 944 44 88
GOOD
VIBRATIONS
Ibis.com

КАК Е ДЕЗИНФЕКЦИРАН САМОЛЕТЪТ ВИ?

„България Еър“ въведе ултрамодерната технология Honeywell UV Cabin System II

Националният превозвач „България Еър“ е първата авиокомпания на нашия пазар, която въведе най-съвременната система за дезинфекция с ултравиолетови лъчи - Honeywell UV Cabin System II. Технологията доказано унищожава всички вируси и бактерии от гладките повърхности. От началото на ноември тя се използва преди всеки полет в допълнение към досегашната дезинфекция със сертифицирани препарати, за да осигури на пасажерите най-висока степен на защита и комфорт. Системата разполага с разтегателни UV рамена, които обработват седалките и повърхностите в салона. Труднодостъпните места също могат да бъдат дезинфекцирани благодарение на подвижна лампа. По този начин, след обработка с машината, пътниците се качват в изцяло стерилен салон.

„Приоритет на националния превозвач винаги е било да предлага на клиентите си сигурен и комфортен полет. Затова и от началото на пандемията полагаме изключителни грижи за дезинфекцията на борда на самолетите си. Въвеждането в експлоатация на новата машина е поредната стъпка в тази посока, като по този начин стремежът ни е да предложим най-висока степен на сигурност на пасажерите ни“, обясни изпълнителният директор на „България Еър“ Христо Тодоров. Машината е въведена в експлоатация вече от световния превозвач Qatar Airways, а „България Еър“ е единствената авиокомпания, изпълняваща полети на нашия пазар, която я използва.

Пожелаваме ви приятен полет

HOW IS YOUR PLANE DISINFECTED?

Bulgaria Air has introduced the Honeywell UV Cabin System II cutting-edge technology

The national carrier Bulgaria Air is the first airline on our market to introduce a brand new ultraviolet disinfection system - Honeywell UV Cabin System II. This technology has been proven to kill all viruses and bacteria from smooth surfaces. Since the beginning of November it has been used before each flight in addition to current disinfection procedures with certified preparations, to ensure passengers the highest level of protection and comfort. The system has extendable UV arms that handle the seats and surfaces in the cabin. Hard-to-reach areas can also be disinfected with a movable lamp. Thus, after processing, passengers enter a completely sterile cabin.
"The priority of the national carrier has always been to offer its passengers a safe and comfortable flight. That is why, since the beginning of the pandemic, we have taken great care to disinfect our fleet. The commissioning of the new machine is another step in this direction, and our aim is to offer the highest level of safety to our passengers," Hristo Todorov, CEO of Bulgaria Air, explains.
The machine has already been introduced by the Qatar Airways global carrier, and Bulgaria Air is the only Bulgarian airline that uses it

We wish you a pleasant flight

ВАРНА ОТ СУТРИН ДО ВЕЧЕР

До 4 полета дневно от София

Лети, когато пожелаеш
с ежедневните ни полети до морската столица.

- Опция за отиване и връщане в същия ден
- Удобни възможности за трансфер
  с международните полети на България Еър
- Цени от 32 евро за еднопосочен билет
  с включен ръчен багаж до 10 kг и дамска чанта/лаптоп

България Еър
Национален Превозвач www.air.bg

ПРИЯТЕН ПОЛЕТ

ПРИЯТНИ ЕМОЦИИ

www.air.bg

9 | BUSINESS ECONOMY

24 | Клиентите имат нужда цялото пазаруване да е на едно място
Денис Горбунов, главен изпълнителен директор на TiBuy, пред Bulgaria ON AIR

28 | Customers Need All-in-One Shopping Experience

10 | Числа и лица
Figures & Faces

16 | Защо еврозоната не работи

18 | Why the Eurozone is Not Working

32 | 10 неща, които трябва да знаете за българския електромобил

36 | Ten Things You Must Know about the "Bulgarian" Car

39 | ANALYSIS POLITICS

46 | 12 честни отговора за електромобилите
Екологични ли са, излъчват ли опасна радиация, ще станат ли по-евтини: да разсеем някои митове

50 | 12 Honest Answers About Electric Vehicles

40 | От зелени, по-зелени
Green and Greener

42 | Списъкът на Льо Пен

44 | Le Pen's List

55 | SCIENCE TECHNOLOGY

58 | Последното велико състезание
Преди да се състезава с Джеф Безос за първенство в космоса, Ричард Брансън участваше в друга, още по-смела надпревара - и загуби

60 | The Last Great Race

56| И леко прекаран Covid-19 може да даде доживотна защита
Even a Mild Case of Covid-19 Can Give Protection for Life

64 | Крила на желанието
Wings of Desire

70 | Слънчево затъмнение

72 | Solar eclipse

75 | Четири е повече от три

77 | Four's Better Than Three

79 | TRAVEL LIFESTYLE

88 | Синьо лято: 12-те най-красиви плажа
От Етрета до Камчия и от Плая де Маро до Балос, тези места ще направят ваканцията ви вълшебна

88 | Blue Summer: The 12 Most Beautiful Beaches

80 | Афиш
Poster

82 | Интервю: Роб Бърч от Stereo MCs
Interview: Stereo MCs' Rob Birch

104 | Когато Слънцето е враг

116 | When the Sun is our Enemy

112 | Дъхът на лятото

116 | The Scent of Summer

Фотография на корицата: ИВАЙЛО ПЕТРОВ
Cover photography by IVAYLO PETROV

Bulgaria Air
National Carrier 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

EDITOR-IN-CHIEF
Konstantin Tomov
ktomov@bulgariaonair.bg

ПРЕВОДАЧИ
Методи Йорданов
Радослав Генчев
Global Club

TRANSLATORS
Metodi Yordanov
Radoslav Genchev
Global Club

АВТОРИ
Бойко Василев
Емил Иванов
Ивайло Петров
Калин Ангелов
Калин Николов
Радостина Николова
Ясен Борославов

CONTRIBUTORS
Boyko Vassilev
Emil Ivanov
Ivaylo Petrov
Kalin Nikolov
Kalin Angelov
Radostina Nikolova
Yassen Borislavov

ДИЗАЙН
BRAND NEW DESIGNS

DESIGN
BRAND NEW DESIGNS

ИЗДАТЕЛ
ИНВЕСТОР МЕДИА ГРУП

PUBLISHER
INVESTOR MEDIA GROUP

ИЗПЪЛНИТЕЛЕН ДИРЕКТОР
Виктория Миткова

CEO
Victoria Mitkova

ТЪРГОВСКИ ДИРЕКТОР
Леа Бакалова
lbakalova@bulgariaonair.bg

MARKETING DIRECTOR
Lea Bakalova
lbakalova@bulgariaonair.bg

РЕДАКЦИОНЕН АДРЕС
1540 София, бул. Брюксел 1
office@bulgariaonair.bg
тел.: 02 448 40 70
www.bgonair.bg

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

БАНКОВА СМЕТКА

BANK ACCOUNT

IBAN: BG57 CECB 9790 1019 1023 03
BIC: CECBBGSF
Банка „ЦКБ" АД – клон Варна
ISSN 1314-2216

Съгласно чл.7а, ал.1 от Закона за задължителното депозиране на печатни и други произведения и за обявяване на разпространителите и доставчиците на медийни услуги (изм. и доп.ДВ бр.94 от 13.11.2018г.) действителен собственик на дружеството издател на списание "България он ер" е "Инвестор.БГ" АД, който публично дружество по Закона за публично предлагане на ценни книжа и е под надзора на Комисията за финансов надзор.

CONTRIBUTORS
АВТОРИ

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 "Децата на бащите", за който получи Голямата награда "Робер 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.

ИВАЙЛО ПЕТРОВ е сред талантливите млади български фотографи, създател на студио Focus Shift. Специализира модна и портретна фотография. Освен това се интересува от кино и от Вселената, която ни заобикаля. Вярва, че за добрите снимки е необходима комбинация от талант, оригинално мислене и качествена техника, като последната е най-маловажна.

IVAYLO PETROV is one of the most gifted young Bulgarian photographers and creator of Focus Shift Studio. He specializes in fashion and portrait photography. Furthermore, he has interests in movies and in the Universe that surrounds us. He believes that one needs a combination of talent, original ideas, and quality equipment to make good pictures – with the last condition being of the least importance.

За повече информация и оферта, моля обърнете се към нашите търговски екипи от М Кар Груп.

М Кар Варна
9023 Варна
бул. Владислав Варненчик 320
тел.: +359 52 918 208
contact@bmw-mcarvarna.bg
www.bmw-mcarvarna.bg

М Кар Плевен
5800 Плевен
кв. Дружба 1
тел.: +359 64 970 804
contact@bmw-mcarpleven.bg
www.bmw-mcarpleven.bg

М Кар Пловдив
4003 Пловдив
бул. Карловско шосе
тел.: +359 32 571 296
contact@bmw-mcar.bg
www.bmw-mcar.bg

М Кар София
1407 София
бул. Черни връх 53,
тел.: +359 2 49 28 335
contact@bmw-mcarsofia.bg
www.bmw-mcarsofia.bg

BMW M3: Разход (комбиниран) 10,6 – 10,3 л / 100 км; CO_2 емисии (комбинирани) 241 – 236 г/км

ДУБАЙ: УДЪЛЖЕТЕ ЛЯТОТО

DUBAI: EXTEND THE SUMMER

Изкуствени острови, смайващи небостъргачи, фантастични възможности за пазаруване и, не на последно място, целогодишно гарантиран плаж: дори и при нормални обстоятелствата второто по големина от Обединените арабски емирства е достатъчно съблазнително за туристите. А сега към това се прибавя и доста либералният режим за посетителите във време, когато много други традиционни дестинации са блокирани от мерките срещу Ковид-19. Спокойно можете да планирате едно късно есенно море - само се погрижете да си запазите предварително онлайн билети за наблюдателната площадка на Бурж Калифа, най-високата сграда в света, откъдето в ясен ден можете да видите отвъд Персийския залив до бреговете на Иран (самата сграда е 829 метра висока, но площадката е на 555 метра над земята). Очарователните улички на стария квартал Бур Дубай предлагат много възможности за шопинг, а накрая ви очакват и плажовете на Джумейра, където дори през октомври средната дневна температура рядко е под 28 градуса.
Струва ни се, че след 2020 напълно сме заслужили лятото на 2021 да е колкото е възможно по-дълго. ■

Artificial islands, stunning skyscrapers, fantastic shopping opportunities and, last but not least, a year-round guaranteed beach time: even under normal circumstances, the second largest of the United Arab Emirates is tempting enough for tourists. And now to that is added the rather liberal regime for visitors at a time when many other traditional destinations are blocked by measures against Covid-19. Feel free to plan a trip to Dubai in September or October. Just make sure to book in advance online tickets for the observation deck of Burj Khalifa, world's tallest building. From there on a clear day you can see across the Persian Gulf to the coast of Iran (Burj Khalifa itself is 829 meters tall, but the observations deck stands at 550 meter above the ground).

The charming streets of the old quarter of Bur Dubai offer many shopping opportunities, and finally we come to the beaches of Jumeirah, where even in October the average daily temperature is rarely below 28 degrees.

It seems to us that after 2020 we fully deserve to make the summer of 2021 as long as possible. ■

"БЪЛГАРИЯ ЕЪР" започва редовните полети София - Дубай - София от 19 септември и се изпълняват всеки петък и неделя. Цените са 145 евро в посока и 279 двупосочно, с включен ръчен багаж. С възможност за тръгване и от Варна. Повече - на air.bg

BULGARIA AIR's regular flights Sofia - Dubai - Sofia start on September 19 and run every Friday and Sunday. Prices are 145 euros one way and 279 two way, with hand luggage included. With the possibility to depart from Varna. More - on air.bg

Frezco

Специални рецепти ЗА НАШИТЕ МАЛЧУГАНИ

Special recipes FOR OUR KIDS

www. frezco-dairy.bg

SOFIA, 53, CHERNI VRAH BLV. - +359 2 8073757 – SOFIA@BEOSTORES.COM
BEOSTORES.BG

BANG & OLUFSEN

32 | "БЪЛГАРСКИЯТ" ЕЛЕКТРОМОБИЛ
THE "BULGARIAN" ELECTRIC CAR

16 | ЗАЩО ЕВРОЗОНАТА НЕ РАБОТИ
WHY THE EUROZONE IS NOT WORKING

24 | ИНТЕРВЮ: ДЕНИС ГОРБУНОВ
INTERVIEW: DENIS GORBUNOV

ЧИСЛА И ЛИЦА
FIGURES & FACES

1 800 000 000

лева за образование и наука са заложени в Националния план за възстановяване и устойчивост на България, съобщиха от просветното министерство. Приоритети при разпределение на тези средства ще са дигитализацията на училищата, строителството на нови детски градини и финансиране на изследователски проекти в БАН и университетите.

EN

BGN for education and science are set in the National Plan for Reconstruction and Sustainability of Bulgaria, the Ministry of Education announced. Priorities in the distribution of these funds will be the digitalization of schools, the construction of new kindergartens and the financing of research projects at the Bulgarian Academy of Sciences and universities. ■

5.2%

е регистрираната безработица в България през юни - най-нисък показател, откакто се води статистика в началото на 90-те години. Спрямо май броят на незаетите е намалял с 0.5%, най-вече благодарение на сезонната заетост в туристическия сектор. За сравнение през юни 2020 безработицата у нас бе цели 8.3%. Сега регистрираните безработни са общо 170 716 души.

EN

is the registered unemployment in Bulgaria in June - the lowest indicator since statistics were kept in the early 90's. Compared to May, the number of unemployed decreased by 0.5%, mainly due to seasonal employment in the tourism sector. For comparison, in June 2020 the unemployment rate in Bulgaria was as high as 8.3%. Now the registered unemployed are a total of 170,716 people. ■

4.1%

растеж на българската икономика през 2021 година прогнозира Българската народна банка. През 2022 ръстът на БВП ще се ускори допълнително до 4.6%. Основни фактори за това ще са увеличеният износ и получаването на средства от плана за възстановяване и устойчивост. Експертите на централната банка очакват инфлацията да се ускори до края на годината и да достигне 3.5%.

EN

is the ranking of Veliko Tarnovo among 323 European cities in terms of air purity. The other big Bulgarian cities are also at the bottom of the ranking - Stara Zagora is only 308th, Ruse - 299th, Plovdiv - 292nd, and Varna - 259th. The data are from the European Environment Agency, but for some unknown reason they do not include the capital Sofia. The cleanest cities in the EU are Umea in Sweden, Tampere in Finland and Funchal in Portugal. The most polluted are Poland's Novi Sacz, Italy's Cremona and Croatia's Slavonski Brod. ■

484 000

велосипеда са произведени в България през 2020 година. Страната е един от петте най-големи производители в Европейския съюз, отстъпвайки само на Португалия, Италия, Германия и Полша. Все пак карантинните мерки са се отразили на износа и производството е с над 180 000 бройки по-малко, отколкото през 2019 година.

EN

bicycles are manufactured in Bulgaria in 2020. The country is one of the five largest producers in the European Union, trailing only Portugal, Italy, Germany and Poland. However, quarantine measures have affected exports and production was more than 180,000 units less than in 2019. ■

DAS
Hotels & Resorts

THE BEST DAY OF YOUR LIFE

Enjoy

GRAND HOTEL & SPA

PRIMORETZ

SINCE 1959

SEA GARDEN
BURGAS

WWW.HOTELPRIMORETZ.BG

за резервации (+359) 56 8 12345 / info@hotelprimoretz.bg

ПРАВИЛНИЯТ ВЪПРОС ЗА ЕВРОТО

Дали сега е моментът за смяна на валутата? Държавният дълг в еврозоната току-що надхвърли брутния й продукт

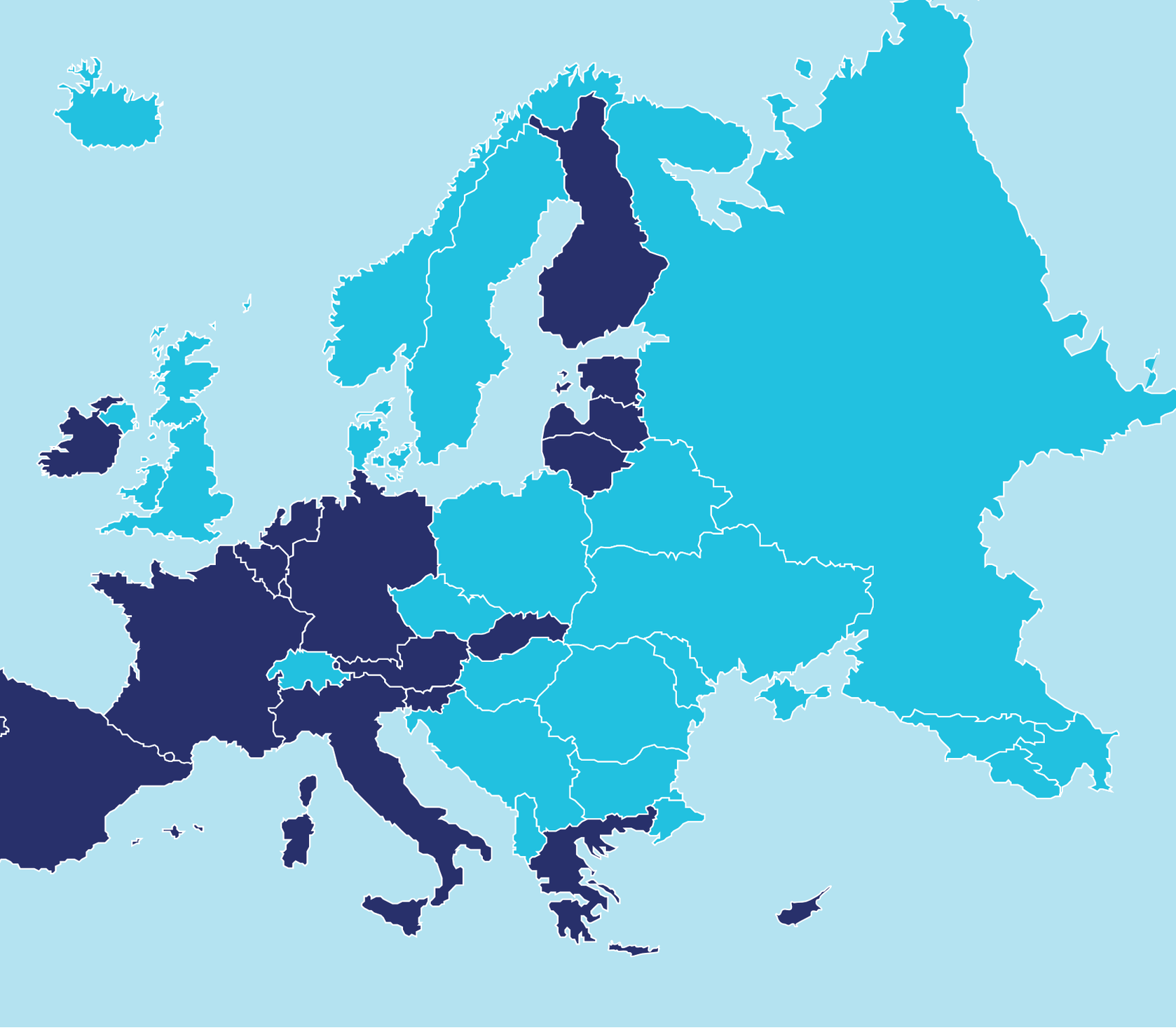
Текст КОНСТАНТИН ТОМОВ / Фотография SHUTTERSTOCK

Консенсусът означава всички да се съгласят да кажат заедно онова, в което никой не вярва поотделно, казваше Аба Ибен, един от големите дипломати на XX век. Сарказмът несъмнено е оправдан, но все пак консенсусът е необходим на политиците - иначе те биха носили пълната отговорност за последиците на всяко значимо решение, което вземат. Толкова по-изненадващо изглежда, че управляващите в България - и от предишното, и от настоящото служебно правителство - старателно отбягват търсенето на консенсус по вероятно най-голямото решение, пред което страната е изправена: приемането на еврото.

ТОВА Е ЕДИНСТВЕНАТА ТОЧКА, по която бившият финансов министър Владислав Горанов и настоящият Асен Василев са на едно мнение. Горанов инициира изпращането на молбата за членство в механизма ERM II и в банковия съюз, без дори и имитация на обществено обсъждане. Сега Василев намери време в ограничения мандат на служебния кабинет, за да представи плана за въвеждане на еврото, с фиксиран срок януари 2024 година. Мимолетният кандидат-премиер на "Има такъв народ" Николай Василев също е категоричен привърженик на въвеждането на еврото. Но извън тази неочаквано събрала се групичка, идеята за бърза смяна на лева не се радва точно на всенароден ентусиазъм.

Въпросът не е дали България трябва да приеме еврото. Тук отговорът е даден много отдавна - още с подписването на Договора за Европейския съюз страната поема ангажимент да въведе единната валута.
Въпросът е дали България трябва да го стори точно сега. Това е въпрос, на който страни като Швеция, Дания, Чехия, Унгария и Полша вече са си отговорили - отрицателно.

ОСНОВАНИЯТА ЗА СКЕПТИЦИЗМА СА ВИДИМИ с просто око. Еврозоната е в най-критичното си състояние от момента на създаването си - след първото тримесечие на тази година нивото на публичния дълг в страните от нея достигна рекордните 100.5% от брутния им продукт, по данни на Eurostat. Това



е 3% повече от предишното тримесечие, и с цели 14.4% повече от първата четвърт на 2020, преди мерките срещу коронавируса да ускорят печатницата за пари. Общият държавен дълг на ЕС е 12.42 трилиона евро - от които цели 11.43 трилиона се падат на 19-те в еврозоната. Само за периода между декември и март дългът на Франция се е увеличил с 89 милиарда евро - което е шест пъти над сумарния държавен дълг на България.

В седем страни от паричния съюз държавният дълг надхвърля 100% от БВП, като в Италия е вече доста над 150%, а в Гърция достига 209%. На този фон България изглежда все още със стабилни финанси. Държавният ѝ дълг е едва една четвърт от средния за еврозоната (точно 25.1% от БВП); в ЕС единствено Естония може да се похвали с по-нисък показател. Сред деветте държави в ЕС, които все още имат дълг под 50% от БВП, се нареждат именно Румъния, Дания, Чехия, Швеция - тези, които страним от еврото.

Едва ли и най-големите оптимисти се съмняват, че свръхзадлъжнелите държави и техните банкови системи в един момент ще трябва да бъдат спасявани от солидарните си партньори в еврозоната. Но трябва ли България да е сред спасителите си? Двете десетилетия фискално затягане на коланите спомогнаха за пръв път в цялата си нова история страната да не е затънала в дългове. Заслужава ли си това постижение да бъде пожертвано, за да се покриват дълговете на италианци, французи, испанци?

ЗДРАВИЯТ РАЗУМ не би се поколебал да отговори на този въпрос. Защо тогава българските управляващи не могат да го сторят, ще си остане загадка. Макар че може би Любомир Кючуков, директорът на Института за икономически и международни отношения, се доближи до обяснението. "Все още говорим за ЕС като "те", а не като "ние". Все още очакваме проблемите ни да бъдат решени от ЕС", заяви Кючуков пред телевизия Bulgaria ON AIR. "Нашият външен министър, вместо да отива в Брюксел с позиция и да се връща с решение, отиваше за решение, а се връщаше с позиция - което е парадоксално за една страна-членка на ЕС". ■

THE RIGHT QUESTION ABOUT THE EURO

Is now the time to change the currency? Eurozone government debt has just soared over its GDP

By KONSTANTIN TOMOV / Photography SHUTTERSTOCK

A consensus means that everyone agrees to say collectively what no one believes individually, Abba Eban, one of the great diplomats of the XXth century, used to say. Sarcasm is undoubtedly justified, but consensus is still needed by politicians - otherwise they would be held fully responsible for the consequences of any significant decision they make. It seems all the more surprising that Bulgaria's rulers - both from the previous and the current caretaker government - are diligently avoiding seeking consensus on the biggest decision ahead: the adoption of the euro.

THIS IS THE ONLY POINT ON WHICH THE FORMER MINISTER OF FINANCE Vladislav Goranov and the current Asen Vassilev seem to agree. Goranov initiated the sending of the application for membership in the ERM II and in the banking union, without even imitation of a public discussion. Now Vassilev has found time in the limited term of office of the caretaker cabinet to present the plan for the introduction of the euro, with a fixed date of January 2024. The passing candidate for prime minister of "There is such a people" party Nikolay Vassilev is also a strong supporter of the introduction of the euro. But outside of this unexpectedly gathered group, the idea of a quick change of the lev does not exactly enjoy national enthusiasm.

THE QUESTION IS NOT WHETHER BULGARIA should adopt the euro. Here the answer was given a long time ago - with the signing of the Treaty on European Union, the country committed to introduce the single currency.

The question is whether Bulgaria should do it right now. This is a question that countries such as Sweden, Denmark, the Czech Republic, Hungary and Poland have already answered in the negative.

The grounds for skepticism are visible to the naked eye. The eurozone is in its most critical state since its inception - after the first quarter of this year, the level of public debt in its countries reached a record 100.5% of their gross domestic product, according to Eurostat. This is 3% more than the previous quarter, and as much as 14.4% more than the first quarter of 2020, before measures against the coronavirus accelerated the money printing machine. The total EU public debt is 12.42 trillion euros - of which as much as 11.43 trillion fall on the 19 states in the euro area. In just three months, between December and March, France's debt increased by 89 billion euros - six times Bulgaria's total government debt.

ДЪРЖАВНИЯТ ДЪЛГ НА НЯКОИ СТРАНИ В ЕС
Public debt of some EU countries

Белгия / Belgium	537.4	46 893
БЪЛГАРИЯ	15.34	2 191
Германия	2 366.7	28 507
Гърция	344.16	32 104
Испания	1 392.7	29 669
Франция	2 739.17	40 846
Хърватия	45.2	11 089
Италия	2 651.1	44 158
Нидерландия	439.2	25 416
Румъния	102.9	5 301

В колонките - страна, нетен държавен дълг в млрд. евро, нетен дълг в евро на глава от населението. Източник Eurostat
In the columns - country, net government debt in billion euros, net debt in euros per capita. Eurostat data

IN SEVEN MONETARY UNION COUNTRIES, government debt exceeds 100% of GDP, with Italy already well above 150% and Greece reaching 209%. Against this background, Bulgaria still seems to have stable finances. Its public debt is only a quarter of the eurozone average (at 25.1% of GDP); in the EU, only Estonia can boast a lower rate. Among the nine EU countries that still have debt below 50% of GDP are Romania, Denmark, the Czech Republic and Sweden - those who avoid the euro.

HARDLY EVEN THE GREATEST OPTIMISTS DOUBT that over-indebted countries and their banking systems will at some point have to be rescued by their solidarity partners in the eurozone. But should Bulgaria be among the saviors? The two decades of belt tightening helped to keep the country with no massive debt - for the first time in its modern history. Is this achievement worth sacrificing to cover the debts of Italians, French, Spaniards?

COMMON SENSE WOULD NOT HESITATE to answer this question. Why the Bulgarian rulers cannot do it, remains a mystery. Although perhaps Lyubomir Kyuchukov, director of the Institute for Economic and International Relations, came close to the explanation. "We are still talking about the EU as 'they' and not as 'us.' We still expect our problems to be solved by the EU," Kyuchukov told Bulgaria ON AIR. "Instead of going to Brussels with a position and returning with a decision, our foreign minister was going for a decision, but he was returning with a position - which is paradoxical for an EU member state." ■

VIVACOM

TIDAL

70+ милиона песни

unlimited

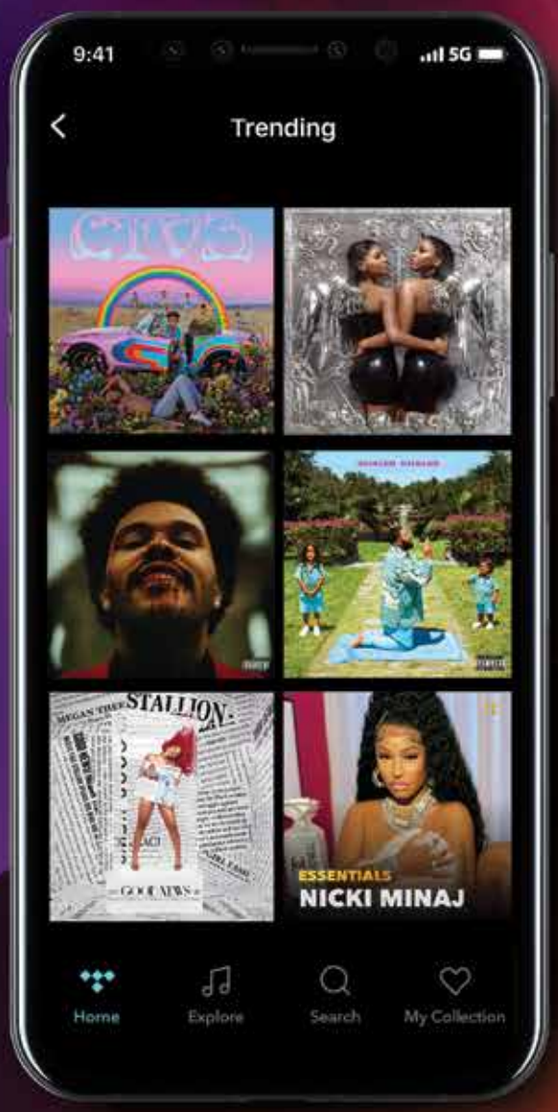
∞

MB / МИН / SMS

TIDAL

МУЗИКАЛНА ПЛАТФОРМА

ОТ 34,99 ЛВ./МЕС.



Available on the App Store

GET IT ON Google Play

EXPLORE IT ON AppGallery

vivacom.bg

тел. (087) 123

Включен абонамент за TIDAL към Smart L/L+/Unlimited 50/150 за 24-мес. Абонамент от 8,99 лв./мес. с ДДС след изтичане срока на договора. Повече на vivacom.bg.

ЗАЩО ЕВРОЗОНАТА НЕ РАБОТИ

Паричният съюз се крепи само на печатането на пари от ЕЦБ - а то е за сметка на доходите на гражданите

Текст ГЕОРГИ ВУЛДЖЕВ / Фотография SHUTTERSTOCK

На фона на ентусиазма в разследването на предходното управление, служебното правителство на Стефан Янев одобри план за присъединяване на България към еврозоната. Това е озадачаващ ход, защото този план е в по-голямата си част наследен именно от предишното правителство, чиито действия в други сфери настоящият служебен кабинет разследва с особена охота. Странно защо обаче същото не се отнася за процеса на присъединяване към валутния механизъм ERM II и банковия съюз - процес, който беше изключително непрозрачен и осеян с много съмнения за корупция и конфликти на интереси.
Но, отвъд детайлите на самия процес, фундаменталният въпрос остава. Защо България трябва въобще да се присъединява към еврозоната? Моята позиция, категорично изразена още през 2017, е че България не трябва да приема еврото. Тази позиция не се е променила, защото еврото не се е променило и няма изгледи скоро - или някога - да се промени. Еврозоната все още е паричен съюз, който страда от фундаментални структурни проблеми, водещи до обедняването на гражданите на страните, които го съставят.

ТРАГЕДИЯТА НА СПОДЕЛЕНИТЕ РЕСУРСИ. По същество еврозоната е много особен случай на икономическия феномен познат като „трагедия на общите блага“. В учебниците по икономика така се дефинира ситуация, при която много ползватели експлоатират един и същ ресурс, който не се поддържа от никого конкретно, защото не е изключителна частна собственост на нито един от тези ползватели. Резултатът от такава ситуация е, че всеки ползвател има стимул да извлича максимална икономическа стойност за себе си от ресурса, докато същевременно не полага никакви усилия за поддръжката на тази стойност в дългосрочен план. Накратко - консумация без инвестиция.

В сферата на математическото моделиране на стратегически действия, позната като “game theory”, този тип трагедия е форма на т.нар. „Prisoner’s Dilemma”, т.е. „Дилема на затворника“. Това е ситуация, в която две (или повече) страни, действащи в полза на своя личен интерес, създават ситуация, която вреди на въпросния интерес. Ето ви типичен казус в екологията: един водоем. Всички, които ползват водата му, имат интерес тя да се поддържа чиста, незамърсена и да не се експлоатира прекомерно, за да не стигне до пресъхване (казуси, с каквито България има опит).
Проблемът е, че индивидуалният интерес на всеки участник е да ползва максимум вода от водоема, пренебрегвайки ефекта върху водното равнище и замърсяването, което води до прехвърляне на отговорността за поддръжката върху останалите. Когато обаче всеки от ползвателите индивидуално направи тази сметка в главата си, се оказва, че всички експлоатират и никой не поддържа. Така водоемът бързо се замърсява и пресъхва.

ТОЗИ ПРОСТ ПРИМЕР ОНАГЛЕДЯВА този тип икономическа трагедия. Необходимо е някой да налага координация между ползвателите на общия ресурс, така че всеки не само да го експлоатира, но и да го поддържа. Как изглежда този процес в еврозоната?
Еврото на практика е споделен ресурс между всички страни членки на еврозоната. То не е национална валута на Германия или Франция, а „обща“ валута, която се ползва от всички. И така се стига до трагедията на общото ползване.
Политическата класа на всяка държава в паричния съюз има стимул да използва общата валута за своите икономически цели. Някои правителства – за да субсидират вноса по линия на повишената покупателна способност на парите, като по този начин изнасят инфлация ▶

WHY THE EURO IS NOT WORKING

Monetary union is based only on the ECB printing money and it is at the expense of citizens' incomes

By GEORGI VULDZHEV / Photography SHUTTERSTOCK

Amid the enthusiasm of the previous administration's investigation, Stefan Yanev's caretaker cabinet has approved a plan for Bulgaria to join the eurozone. This is a puzzling move, because this plan is for the most part inherited precisely from the previous government, whose actions in other areas the current caretaker cabinet is investigating with particular relish. It is strange, however, why the same does not apply to the process of joining the ERM II currency mechanism and the banking union, a process that was extremely opaque and riddled with many suspicions of corruption and conflicts of interest.

But, beyond the details of the process itself, the fundamental question remains. Why should Bulgaria join the eurozone at all? My position, expressed categorically back in 2017, is that Bulgaria should not adopt the euro. This position has not changed because the euro has not changed and there is no prospect of it changing soon - or ever. The eurozone is still a monetary union that suffers from fundamental structural problems, which impoverish the citizens of the countries that make it up.

THE TRAGEDY OF SHARED RESOURCES. In essence, the euro area is a very special case of the economic phenomenon known as the 'tragedy of the commons'. This is how economics textbooks define a situation in which many users exploit the same resource, which is not maintained by anyone in particular because it is not the exclusive private property of any of these users. The result of such a situation is that each user has an incentive to extract maximum economic value for himself from the resource, while at the same time making no effort to maintain that value in the long run. In short, consumption without investment.

In the field of mathematical modelling of strategic action known as 'game theory', this type of tragedy is a form of the so-called Prisoner's Dilemma. It is a situation in which two (or more) parties, acting in their self-interest, create a situation that harms the interest in question. Here is a typical case study in ecology: a reservoir. All those who use its water have an interest in keeping it clean, unpolluted and not overexploited to prevent it from drying up (cases Bulgaria has experience with).

The problem is that the individual interest of each participant is to make the most of the reservoir, ignoring the effect on water levels and pollution, which leads to a shift of responsibility for maintenance to others. However, when each of the users individually makes this calculation in their head, it turns out that everyone exploits and no one maintains. Thus the reservoir quickly becomes polluted and dries up.

THIS SIMPLE EXAMPLE SHOWS this type of economic tragedy. Someone needs to enforce coordination among the users of the common resource so that everyone not only exploits it but maintains it. What does this process look like in the euro area?

The euro is effectively a shared resource between all eurozone member countries. It is not the national currency of Germany or France, but a "common" currency that is used by all. And so we come to the tragedy of the commons.

The political class of each country in the monetary union has an incentive to use the common currency for its economic purposes. Some governments - to subsidise imports through the increased purchasing power of money, thereby exporting inflation to the rest. Others to subsidise exports through the opposite - reduced purchasing power. This makes exports more competitive, which then exports unemployment to the other member states.

THOSE COUNTRIES whose national currencies were weaker (cheaper on financial markets) before adopting the euro - countries like Greece, Italy, Spain, Portugal and especially France, are among the former. The latter are countries whose national currencies were stronger before the euro, such as Germany and the Netherlands. Both groups export some economic negative to the others - inflation in one case and unemployment in the other. Without too much technical detail, these are the main macroeconomic vices of the euro area, described and analysed in depth in the book 'The Tragedy of the Euro' by Philipp Bagus.

This vicious process benefits certain politicians and producers in the countries with subsidised exports, and certain businesses and, above all, public procurement contractors in the countries with subsidised imports. In the long term,

however, the ordinary taxpayer and worker always loses, no matter which country they are from. In one case, he loses purchasing power due to higher inflation, in the other case he loses jobs due to the lower competitiveness of domestic exports because of a more expensive currency.

ENFORCEMENT OF THE RULES. At its core, the problem is coordination. In theory, supranational institutions such as the European Central Bank, the European Commission and other institutions of the European Union should coordinate the various members of the monetary union - through rules that ensure that there cannot be the rapacious and divergent exploitation of the common resource (the currency) that does grave damage to the well-being of the citizens of the entire euro area.

In theory, fiscal rules have a similar function, including the Maastricht criteria, which impose certain requirements for joining the euro area. These criteria were originally devised precisely to constrain the process described above and to prevent the tragedy of the commons. In fact, even at a theoretical level there are some problems with them - they are far more effective in limiting one type of perverse impacts of the tragedy than the other. But it is pointless to go into these theoretical details in view of the fact that no one is following these criteria anyway, and no one is seriously trying to enforce them. In fact, many eurozone member states have not complied with them since the monetary union existed, or even before that. Which completely invalidates their initial application as membership criteria.

At the moment, these criteria are not officially respected by the European institutions because of the COVID-19 pandemic, which sounds like a joke to any close observer of economic developments in the euro area. How do you stop applying something you have never applied? The most popular of the notorious criteria relate to fiscal policy and concern the level of government debt as a percentage of GDP (no more than 60%) and the level of the annual budget deficit as a percentage of GDP (no more than 3%).

FROM COLLECTIVE IRRESPONSIBILITY TO COLLECTIVE IMPOVERISHMENT. France has exceeded the level of public debt as a percentage of GDP since 2002. It has met the maximum budget deficit requirement in only four of the last 20 years. Italy has never complied with the government debt level requirement, even if we go back to the early 1990s, which calls into question how it was admitted to the euro area in the first place. The same applies to Belgium. This shows that, from the outset, no one had any serious intention of applying these criteria. The most flagrant case is that of Greece, which, in addition to the public debt requirement, did not comply with the budget deficit requirement on the date of its accession in 2001. What is the point of having written rules if nobody complies with them? And even more so if nobody enforces them? The European institutions are far more eager to grant "temporary" exemptions from the rules, which last for years after the crises for which the exemptions were introduced have passed. In the last two years, there has even been talk of loosening these rules. In any case, the necessary coordination is not required. And so the citizens of the euro area continue to suffer the effects of the tragedy of the commons.

Is there any hope of changing this situation? Everyone can judge for themselves. But 20 years after its creation, the situation in the euro area is as follows: the disparity in economic development between the southern countries (such as Italy) and the northern countries (such as Germany) has only widened. Countries like Italy today have lower levels of GDP per capita than before the euro. Greece has gone through the worst and longest economic crisis in its history and continues to suffer from chronic unemployment of over 15%.

WHERE IS THE EURO GOING AND WHERE DO WE WANT TO GO? Political tensions between the southern and northern member states are extremely heated, as seen last year when the idea of issuing common debt was mooted. The economic crises have led to the emergence and promotion of many Eurosceptic parties across the eurozone. Instead of convergence in development and harmony in policy, the euro has caused the opposite in the countries that have adopted it.

The vicious effects of the tragedy of the commons are becoming more and more pronounced, and the growing risk of a severe crisis and even a break-up of the monetary union is only being extinguished by the ECB's incessant money printing. Printing for which all taxpayers in the euro area pay with the loss of value of their wages and savings. At this point in time, the ECB's balance sheet is equivalent to 63% of the GDP of the entire euro area. It seems inevitable that this percentage will reach and exceed 100.

This is the inevitable trajectory of the eurozone's flawed structure. Bulgaria is indirectly affected by this tragedy, at least due to the fact that the lev has a fixed exchange rate against the euro and because it is part of the wider European Union family. However, do we want to be influenced directly as well? Should we put our head in the bag and, bidding farewell to our monetary sovereignty, accept a common currency that is in every structural respect doomed? The answer, I hope, is no. And before a caretaker or regular government takes such decisions, it is good not only for it but also for citizens to be aware of the risks. ■

СИЛАТА НА ИНФОРМАЦИЯТА

ИНФОРМАЦИОННИ СИСТЕМИ „АПИС“ В ПОМОЩ НА БИЗНЕСА

Ако не сте добре информирани в професията, рискувате да пропуснете добри възможности

За да си осигурите информацията, която ежедневно Ви е необходима, за да не пропускате добри възможности, за да се ориентирате по-лесно в огромния облак от информация и да си вършите информирано и компетентно професионалните задължения,

АПИС Ви предлага своите информационни системи

Можете да им се доверите, тъй като вече 32 години българският пазар в областта на информационните технологии убедително доказва, че с качеството си, с обхватното си, поддържано в актуално състояние и добре структурирано съдържание, с богатата си функционалност продуктите и услугите на АПИС заемат лидерска позиция.

Базовият продукт „АПИС ПРАВО“ винаги е на Ваше разположение, когато търсите закони и подзаконови нормативни документи, съдебна практика, ведомствени актове, законопроекти и др., както и полезни анотации на статии в специализирания печат.

Финансовите системи ***„АПИС ФИНАНСИ“*** и ***„ЕВРО ФИНАНСИ“*** са специализирани практически насочени софтуерни модули, които съдържат нормативните актове, действащи във финансовата и икономическата сфера на България и Европейския съюз.

В **„АПИС Финанси“** ще намерите всичко, което касае данъчното облагане, счетоводството, социалното и здравно осигуряване, работните заплати, пенсиите, републиканските и общински бюджети и извънбюджетни сметки, а също така управленски решения, одит и др. Продуктът предоставя логически препратки между отделните документи, регламентиращите ги нормативни и ведомствени актове и необходимите бланки и формуляри с възможност за автоматичното им отпечатване.

„Евро Финанси“ обхваща икономическата и търговска дейност в регламентите и директивите на ЕС; европейска фискална, социална и бизнес практика, базирана на решенията и определенията на Съда на ЕС; полезна справочна информация, изчислителни модули, формуляри и образци, регламентирани от ЕС.

„АПИС РЕГИСТЪР+“ е информационна система за фирмите и организациите, която съдържа данните от официални публични източници на информация за търговците, сдруженията и фондациите, вписани в ТР, в регистъра на юридическите лица с нестопанска цел, и субектите по регистър БУЛСТАТ. Системата услужливо Ви предлага справка с пълната информация, включително и финансовите показатели от Годишните финансови отчети, за субектите, които Ви интересуват, и тяхната свързаност с други юридически лица. **Разширената услуга на продукта** – извадка от базата данни по зададени критерии, може да се ползва за маркетингови цели.

Модулът ***„ФИРМЕН АНАЛИЗ“***, съвместно разработен с MMD Partners, е нов клас продукт за подпомагане на стратегическата и оперативна маркетингова дейност на фирми и организации, който дава възможност на потребителите по зададен критерий или група от критерии, да използват данни от счетоводните отчети на фирмите, предоставени като структуриран финансов анализ в табличен или графичен вид.

Във връзка с прилагането и спазването на регламентите в ***Закона за мерките срещу изпирането на пари,*** АПИС, в партньорско съучастие с адвокатското сдружие „Ърнст и ЯНГ“, разработи най-новия информационен продукт ***„AML АСИСТЕНТ“***. Целта на системата е да подпомага ползващите я да разработят и изградят собствена политика на съответствие с изискванията на регламентите. Тя предоставя достъп до информация за действащата правна рамка в България и Европейския съюз, добрите практики, образци на документация, коментари и идентифицираща информация.

Повече информация за продуктите и услугите на АПИС можете да намерите на www.apis.bg

Сертификат по ISO 9001 – 2015

София 1000, ул. „Граф Игнатиев“ 7 А
тел.: +359 2 923 98 00, 0700 44 944
"Апис Европа" АД, e-mail: office@apis.bg

към останалите. Други, за да субсидират износа по линия на обратното – понижената покупателна способност. По този начин износът става по-конкурентноспособен, което впоследствие изнася безработица към останалите страни-членки.

ПЪРВИТЕ СА ТЕЗИ ДЪРЖАВИ, чиито национални валути са били по-слаби (по-евтини на финансовите пазари) преди приемане на еврото – държави като Гърция, Италия, Испания, Португалия и особено Франция. Вторите са държави, чиито национални валути са били по-силни преди приемането на еврото, като Германия и Нидерландия. И двете групи изнасят някакъв икономически негатив към останалите – в единия случай инфлация, а в другия – безработица. Без твърде много технически детайли, това са основните макроикономически пороци на еврозоната, описани и анализирани в дълбочина в книгата „Трагедията на еврото" на Филип Багус.

От този порочен процес се облагодетелстват определени политици и производители в страните със субсидиран износ, и определени бизнеси и най-вече изпълнители на обществени поръчки в страните със субсидиран внос. В дългосрочен план обаче обикновеният данъкоплатец и работник винаги губи, без значение от коя държава е. В единия случай губи покупателна способност поради по-високата инфлация, в другия случай губи работни места, поради по-ниската конкурентоспособност на местния износ заради по-скъпата валута.

НАЛАГАНЕТО НА ПРАВИЛАТА. В същината си проблемът е координационен. На теория наднационални институции като Европейската централна банка, Европейската комисия и други институции на Европейския съюз би трябвало да координират различните членки на паричния съюз – чрез правила, които гарантират, че не може да се стигне до порочната и разнопосочна експлоатация на общия ресурс (валутата), която нанася тежки вреди върху благосъстоянието на гражданите на цялата еврозона.
На теория подобна функция имат фискалните правила, включително и т.нар. „Маастрихтски критерии", които налагат определени изисквания за присъединяване към еврозоната. Тези критерии са първоначално измислени именно за да ограничават процеса, описан горе, и да предпазят от трагедията на споделеното благо. В действителност, още на теоретично ниво има някои проблеми с тях – те са далеч по-ефективни в ограничаването на единия тип порочни ефекти от трагедията, отколкото на другия. Но в тези теоретични детайли е безсмислено да се навлиза с оглед на факта, че така или иначе никой не спазва тези критерии и никой не се опитва сериозно да ги налага. Много страни-членки на еврозоната всъщност не ги спазват още откакто съществува паричният съюз, или дори отпреди това. Което напълно обезсмисля първоначалното им прилагане като критерии за членство.

> Какъв е смисълът от наличието на писани правила, ако никой не ги спазва? И още повече – ако никой не ги налага?

Към момента тези критерии официално не се зачитат от европейските институции поради пандемията COVID-19, което звучи като виц за всеки по-внимателен наблюдател на икономическите развития в еврозоната. Как спираш да прилагаш нещо, което никога не си прилагал? Най-известните от прословутите критерии се отнасят към фискалната политика и касаят нивото на държавен дълг като % от БВП (не повече от 60%) и нивото на годишен бюджетен дефицит като % от БВП (не повече от 3%).

ОТ КОЛЕКТИВНА БЕЗОТГОВОРНОСТ КЪМ КОЛЕКТИВНО ОБЕДНЯВАНЕ. Франция превишава нивото на държавен дълг като % от БВП от 2002 година насам. Изискването за максимално ниво на бюджетен дефицит е спазвала в едва четири от последните 20 години. Италия никога не е спазвала изискването за ниво на държавен дълг, дори ако се върнем до началото на 90-те години, което поставя под въпрос как въобще е била приета в еврозоната първоначално. Същото се отнася и за Белгия. Това показва, че от самото начало никой не е имал намерение сериозно да прилага тези критерии. Най-фрапантен е казусът на Гърция, която освен изискването за държавния дълг към датата на своето присъединяване през 2001 не спазва и изискването за бюджетен дефицит.
Какъв е смисълът от наличието на писани правила, ако никой не ги спазва? И още повече – ако никой не ги налага? Европейските институции далеч повече обичат да дават „временни" изключения от правилата, времетраенето на които продължава години наред след като кризите, поради които са въведени изключенията, вече са отшумели. През последните две години дори се говори за разхлабване на тези правила. При всички положения, необходимата координация не се налага. И така гражданите на еврозоната продължават да страдат от ефектите на трагедията на общото ползване на валутата.
Има ли надежда да се промени тази ситуация? Всеки може да прецени сам за себе си. Но 20 години след нейното създаване ситуацията в еврозоната е следната: неравенството в икономическото развитие между южните (като Италия) и северните страни (като Германия) само се е задълбочило. Страни като Италия днес имат по-ниски нива на БВП на глава от населението спрямо преди приемането на еврото. Гърция премина през най-тежката и най-дългата икономическа криза в своята история и продължава да страда от хронична безработица над 15%.

КЪДЕ ОТИВА ЕВРОТО И КЪДЕ ИСКАМЕ ДА ОТИДЕМ НИЕ? Политическото напрежение между южните и северните страни-членки е крайно нажежено, както се видя миналата година при обсъждането на идеята за емитиране на общ дълг. Икономическите кризи доведоха до зараждането и популяризацията на много евроскептични партии из цялата еврозона. Вместо конвергенция в развитието и хармония в политиката, еврото причини точно обратното на държавите, които го приеха.
Порочните ефекти от трагедията на общото ползване се задълбочават все повече, а нарастващият риск от тежка криза и дори разпад на паричния съюз се тушира единствено от непрестанното печатане на пари от страна на ЕЦБ. Печатане, за което всички данъкоплатци в еврозоната плащат със загуба на стойност на своите заплати и спестявания. Към този момент балансът на ЕЦБ се равнява на 63% от БВП на цялата еврозона. Изглежда неминуемо този процент да достигне и надмине 100.
Това е неизбежната траектория на порочната структура на еврозоната. България е косвено повлияна от тази трагедия, най-малкото поради факта, че левът има фиксиран курс към еврото и поради това, че е част от по-широкото семейство на Европейския съюз. Искаме ли обаче да сме повлияни и директно? Да си сложим главата в торбата и, сбогувайки се с паричния ни суверенитет, да приемем обща валута, която във всяко структурно отношение е обречена? Отговорът, надявам се, е не. И преди служебно или редовно правителство да взима подобни решения, е добре не само то, но и гражданите да са наясно какви са рисковете. ■

Ипотечен кредит

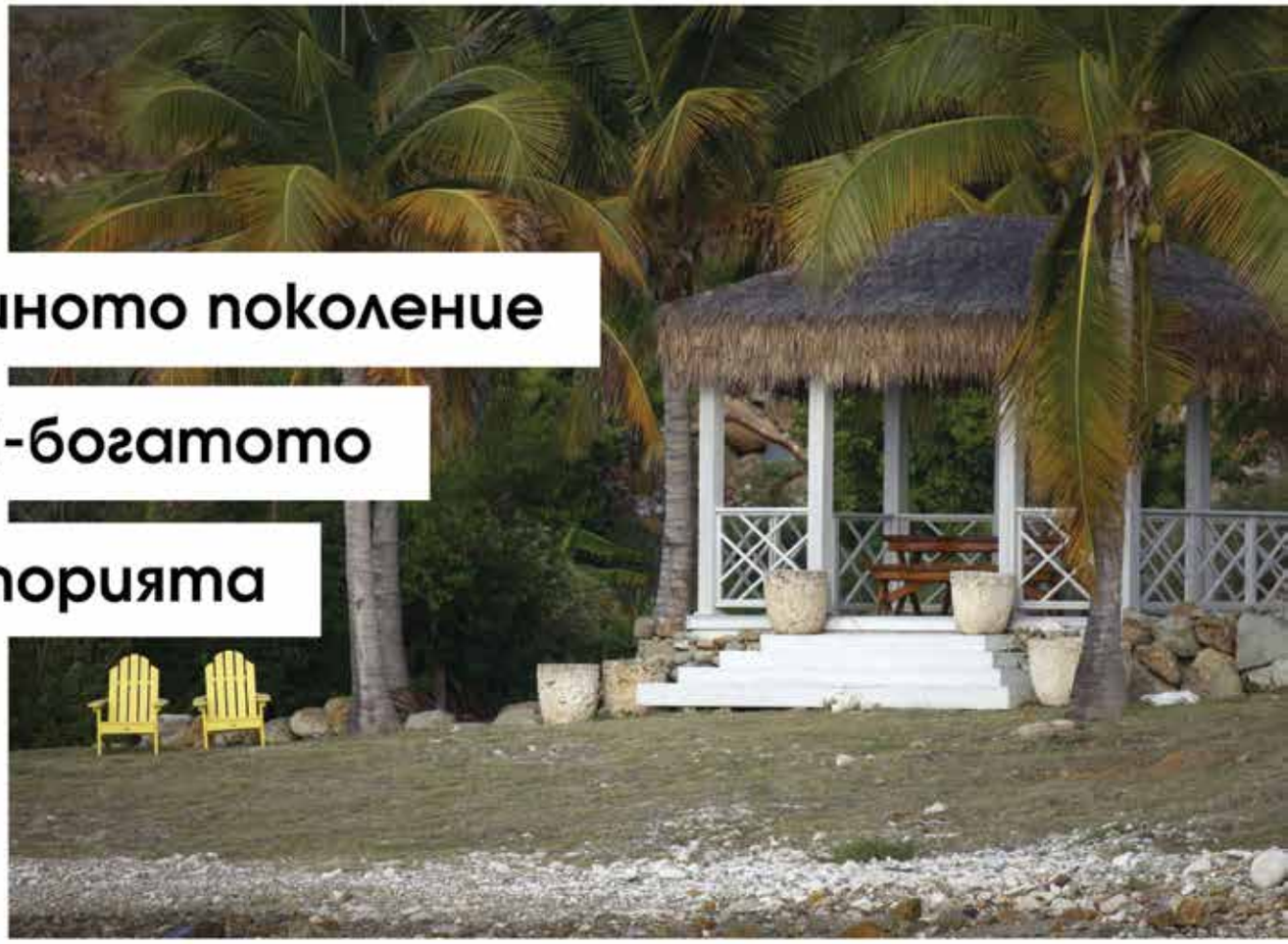
ДОМ за теб

От вкъщи по-хубаво няма

- Изключително промоционална лихва
- Безплатна имуществена застраховка

Централна Кооперативна Банка
Важният си ти.

*5050
www.ccbank.bg



Днешното поколение е най-богатото в историята

В съвременната история всяко поколение обикновено е по-богато от предишното. Светът се променя, маркерите на успеха не са същите и ние правим различни избори, за да процъфтяваме. Милениалите днес може да са с повече дългове, но имат и с около 25% повече финансови активи, отколкото родителите им на тяхната възраст.

Следете бизнес трендовете онлайн:

bloombergtv.bg **facebook.com/BloombergTVBG**

Bloomberg TV Bulgaria

SPOTIFINANCE.COM - ОНЛАЙН ПЛАТФОРМА ЗА ИНВЕСТИЦИИ В НЕДВИЖИМИ ИМОТИ И СТРОИТЕЛНИ ПРОЕКТИ

SPOTIFINANCE

В период на ниски лихви и повишаваща се инфлация, всеки има нужда от високодоходни инвестиции.

Нашата мисия е да бъдем вашият дигитален партньор за предоставяне на инвестиционни възможности в най-привлекателния сектор – строителния, в атрактивни и привлекателни райони с голямо търсене – бърза реализация, с атрактивна доходност от 14% до 30%, чрез най-новите тенденции в инвестирането.

Ние управляваме дигиталната платформа, която подбира най-добрите проекти в строителния сектор, с кратко време на изпълнение, бърза ликвидност и висока очаквана доходност.

Ако искате да инвестирате в строителни проекти и недвижими имоти, онлайн без да е необходимо да разполагате с много пари spotifinance.com е Вашият партньор. Минимална инвестиция € 2000.

Платформата ни за онлайн инвестиции в строителни обекти Spoti Financial Place в секция „Инвестиционни Проекти“ Ви позволява лесно и с няколко клика да разгледате инвестиционните проекти, които са отворени за инвестиция.

Това, което прави Споти Файнънс АД е да избере за своите клиенти най-добрите инвестиционни възможности: най-добрите строителни проекти, малки, компактни, бързи за реализация, разположени в атрактивни места с повишено търсене с цел бързи продажби и такива със срок от 10-14 месеца и най-важното с много голяма доходност и то в сектора с най-голяма стабилност и перспективи.

Стефан Ангелов - основател на spotifinance.com

Нашите проекти

1. Къщи Приселци – изграждането на 2 самостоятелни еднофамилни къщи в с. Приселци на 12 км. от гр. Варна: очаквана доходност 30%, цялата печалба се разпределя между участниците
2. Покупка на терен в регулация близо до Варна с фиксирана доходност 13.5%
3. Изграждането на къщи в по-голям затворен комплекс в София, местност „Камбаните“ с фиксирана доходност 15%
4. Изграждането на къщи в по-голям затворен комплекс в София, Банкя с фиксирана доходност 15%.

Какво друго в spotifinance.com:

- Анализи на финансовия и имотния пазар
- Новини, горещи финансови инструменти, криптовалути всичко за пазарите.
- Обяви за имоти в България без посредници
- Място, където може да финансирате Вашата инициатива, стартъп или нов продукт
- Интелигентните хора с умни пари искат да бъдат част от Spotifinance.com
- Предимства:
- Възможност за участие в строителни проекти или управление на недвижим имот на хора, които не разполагат с големи средства;
- Инвестиция в сектор с голям потенциал и нисък риск;
- Доходността е голяма заради по-голямата възвръщаемост в сектора;
- Път към Финансова независимост;
- Защита от инфлация;

www.spotifinance.com

КЛИЕНТИТЕ ИМАТ НУЖДА ПАЗАРУВАНЕТО ДА СЕ СЛУЧВА НА ЕДНО МЯСТО

Денис Горбунов, главен изпълнителен директор на TiBuy, пред Bulgaria ON AIR

Текст КОНСТАНТИН ТОМОВ / Фотография ИВАЙЛО ПЕТРОВ

Г-н Горбунов, повечето хора биха казали, че отдавна живеем в ерата на електронната търговия. Но всъщност през 2016, навръх 20-ата годишнина на Amazon, делът на онлайн търговията бе едва 8% в САЩ, да не говорим за България. Как изглеждат нещата сега? Ще остане ли 2020 в историята като повратната точка?

Ние в TiBuy смятаме, че 2020 бе годината на глобалната промяна. Не само промяна от физическа към дигитална, от офлайн към онлайн търговия, но и промяна в много други неща. Тя бе движена основно от два фактора. Първият бе затварянето на физическите магазини заради карантинните мерки. Втората бе психологическа. Когато си в локдаун, изпитваш нужда да се поглезиш с нещо приятно. Наблюдавахме тази тенденция на много различни пазари. Самото ниво на стреса подтикна хората да пазаруват по-активно.

... и вероятно да си позволят по-луксозни стоки от обичайното?

Точно така. Това бе повратна точка, която показа на клиентите, че е-търговията има много предимства: тя е бърза, позволява много по-лесно търсене, и дава по-добър избор на параметри, цени, начини на доставка... Нещата наистина се промениха много през 2020, и мисля, че в бъдеще темпото на тези промени още повече ще се ускори.

С TiBuy имате амбицията да изградите изцяло нова екосистема за пазаруване, която комбинира физическа и онлайн търговия, различни възможности за плащане и финансиране, и програма за лоялност. Как ще работи това на практика?

Преди да стигна до практическите аспекти, бих искал да обясня защо според нас това ще се развива силно тук, не само в България, но и на другите пазари на Балканите. Вече виждаме първите знаци от Азия, където хората са вече претоварени с информация и различни фрагментирани потребителски преживявания, идващи от най-разнообразни канали: съобщения, социални мрежи, уебсайтове, новинарски ресурси. Хората са буквално бомбардирани с реклама от различни източници. Същото важи за финансовите услуги. Именно заради това компании като Alipay, WeChat, Kakao, Gojek започнаха да обединяват тези фрагментирани преживявания в единни екосистеми. Това могат да са екосистеми, изградени около комуникациите, могат да са финансови, или чисто търговски. Все повече хора предпочитат да използват едно-единствено приложение, в което имат всичко на едно място. Което, от една страна, е много удобно за клиентите, защото не им се налага да обикалят различни места, сайтове и приложения. И, от друга, то дава страхотна добавена стойност за партньорите в екосистемата - търговците и производителите. Събирането на данните от шопинг поведението, и от опита на потребителите с различни приложения, подобрява неимоверно предложенията, които търговците и производителите могат да направят на клиентите. Защото клиентите стават все по-взискателни напоследък.

Друга голяма промяна, която наблюдаваме, се отнася до лоялността. Традиционно я схващахме като лоялност на клиентите към марките. Но сега и марките си изграждат лоялност към своите клиенти. Nike, ▶

най-големият производител на спортни стоки, сега им предлага възможност да ползват приложението му. Над двеста милиона души го правят. Мнозинството от тях си го свалиха по време на пандемията - да си измерват километрите, докато тичат около масата... Приложението събира информацията за всичките ви активности, и помага на Nike да промени продуктите, които произвежда. Вече не компанията налага продуктите си на потребителите, а точно обратното. Колкото повече данни имаш за клиента си, толкова по-прецизно скроени за него преживявания, стоки и услуги можеш да предложиш.

Това ни отвежда обратно до TiBuy.

Обратно до TiBuy. Така осъзнахме, че на тукашния пазар има огромен потенциал, защото не съществуват подобни платформи, способни да комбинират различните части на потребителското преживяване. Искаме да предложим това на клиентите. Крайната ни цел е да сме ориентирани изцяло към нуждите на клиетите, да им осигурим свободно време, за да вършат по-важни неща от това да избират различни стоки, да издирват различни купони за отстъпки или промоционални оферти, и да мислят как да платят за тях. Искаме всички тези неща да са на едно-единствено място, където клиентът ще може да намери продукт или услуга, да го купи, използвайки различни платежни опции, и да получи награда. Ще добавим и някои интересни функции, за да облекчим ежедневния живот на потребителите си.

Очевидно е, че не можем да се конкурираме отначало с гиганти като WeChat и Alipay. А и вероятно не би трябвало те да са ни модел за подражание, защото все пак те тръгнаха от съобщенията и от електронните борси...

А и средата тук не е същата като в Китай…

Не е същата. Но въпросът не е в статиката, а в динамиката. Българският пазар е уникален в това отношение. Като технологично развитие той е по-назад от другите в Европа. Но темпото на промяна е много по-бързо. Аз идвам от Русия и любимият ми пример в това отношение е с банкоматите в родината ми. Доскоро тази мрежа бе толкова недоразвита, че в един момент банките и финансовият пазар осъзнаха, че са нужни спешни мерки. Така за много кратък период те покриха цялата страна с нови, модерни банкомати с големи сензорни екрани. Докато в Западна Европа, където повечето банкомати са инсталирани още

"България предлага невероятен потенциал, особено за компания като TiBuy, която тръгва оттук с план да стъпи и на други пазари"

през 90-те, често ще попаднете на стари машини, с миниатюрни екранчета и съвсем ограничени функционалности. А и няма стимул да се подменят, защото, в края на краищата, системата все пак работи.

Паралелът с България е очевиден. Страната предлага невероятен потенциал, особено за компания като TiBuy, която тръгва оттук с план да стъпи и на други пазари. За нас това е възможност да видим колко бързо предложението ни ще бъде възприето от клиентите. Дали ще бъде удобно за тях и дали търговците ще получат голям ефект от работата си с нас. Сигурни сме, че ще получат. Но всеки пазар е уникален и трябва да изпробваме различни хипотези, и да видим кое работи най-добре за отделните индустрии и отделните производители.

Като цяло това е ситуация, печеливша за всички. Тя поставя клиента и неговите интереси в центъра си, но в същото време осигурява много ценна информация за клиентите на търговците, и увеличава трафика към тях на нови клиенти , които до момента не са пазарували от тях, но сега вече знаят, че ако го направят, ще получат награди. Това увеличава показатели като среден размер и честота на покупките. Крайната ни цел е завършена екосистема - нещо като суперприложение - което ще се използва при ежедневното пазаруване. Приложението впрочем е готово, но ние още не го промотираме, защото първо трябва да изградим достатъчно солидна мрежа от партньори.

Как напредва този процес? Как е разпределен фокусът ви между електронните и традиционните търговци?

Ние сме еднакво отворени за всички. Българският пазар комбинира и двете - онлайн и офлайн канали. Дори и в географско отношение: София и големите градове са по-напреднали и по-отворени към електронната търговия, докато в провинцията положението е друго.

В момента водим преговори с различни партньори - някои от които впрочем имат и офлайн, и онлайн магазини. Нашата платформа покрива технологично и двата канала.

Същото важи за различните индустрии: не искаме да се фокусираме върху една ниша, примерно електроника или мода, да кажем. Искаме да покрием абсолютно всички потребителски нужди на клиента. Няма значение дали са хранителни стоки, кино, лекарства, спортна екипировка, козметика, играчки... Вече имаме сериозен интерес и потвърждения от компании в най-различни области - хотели и ресторанти, бързооборотни стоки, автомобили, транспорт, мебели и така нататък. Пак казвам - ние се опитваме да се поставим на мястото на потребителя, който би искал да има достъп до различни стоки и услуги, носещи награди и индивидуално скроени предложения.

В традиционната търговия ключовият фактор бе "локация, локация, локация".

Могат ли програмите за лоялност да играят същата роля в онлайн търговията?
- Истината е, че те могат да се използват навсякъде. Особенно когато говорим за т. нар. коалиционни програми за лоялност и дигиталното им прилагане. Всъщност аз не харесвам особено това определение за нашия проект. Коалиционните програми не са нещо ново. Още преди 15 години имах карта, която можех да ползвам при различни партньори по такава програма, да трупам точки и после да си избера нещо безполезно от каталога в замяна на тези точки.
Докато ние сме по-скоро технологична платформа за награди, в която участват търговци и производители, от едната страна, и клиенти, от друга. Имаме дигитални канали за комуникация с клиентите и не ни трябва пластмасова карта.

Но все пак ще имате и такава за онези, които не ползват смартфони?
Точно така. Но мнозинството клиенти нямат нужда от нея. Физическата карта не може да общува с вас, докато смартфонът може. Можете да получавате съобщения в приложението, уведомления и така нататък. Задачата ни е да намерим начин да не претоварваме клиента с промоционални оферти, а да подберем интелигентно коя оферта е за него и по кой канал да я получи. Връщайки се към въпроса ви за програмите за лоялност, при тях вече няма географски ограничения. Ако сте на море в Гърция, и искате да поръчате нещо за децата или родителите си, можете да използвате приложението ни и вашата дигитална карта ще бъде възнаградена за покупката.

Планирате също да предлагате модела "Купи сега, плати после". Как ще работи това за клиента?
Действително това е нещо, което завършваме в момента като допълнително предложение към нашата платформа. Партньорът ни TBI Bank разработва продукта, който ще вградим в приложението. Идеята е клиентите да имат повече гъвкавост. "Купи сега, плати после" е много удобен платежен инструмент и променя изцяло възприятията на хората за финансовите продукти. Клиентите не го възприемат като заем. Просто плащате, и след това ще има няколко тегления от дебитната ви карта всеки месец, без никаква лихва!

И никакви подписвания на документи, преминаване през одобрение?
Всъщност има предварително одобрение, за да активирате услугата и да получите лимит за нея. Но то е много по-леко и бързо, отколкото за обичаен заем.
За търговците този модел също носи много ползи - той увеличава вероятността да продадат продукти, които иначе клиентите не биха могли да си позволят, или биха купили в по-малки количества.

Променя ли се самият смисъл на понятието "електронна търговия"? Тя сякаш вече не се отнася само до стоки, но и до застрахователни и финансови услуги, пътувания, автомобили, даже обществени услуги. Ще се развие ли тази тенденция достатъчно бързо и в България?
Мисля, че да. Вече говорихме за ускоряването на промените. Някои пазари се развиват наистина много бързо, и според мен България скоро ще ги догони. За целта трябва да има търсене от страна на клиентите, от една страна, но също и активност от играчи като TiBuy, които да ги образоват за възможностите. Като стана дума за образование, ето още една област, която много бързо се измества към онлайн...

В кои индустрии и услуги очаквате най-бързо развитие на онлайн-търговията?
Преди всичко в модата. Традиционно хората ходеха в магазина, за да мерят, да видят как им стои. Дамите питаха съпрузите си: синята рокля или червената? Но сега, с инструменти като "купи сега, плати после", те могат да поръчат и двете, да ги пробват удобно у дома си и да решат коя да върнат. Или пък да запазят и двете.
Друг очевиден отговор е храната. Доставките на храна започнаха да стават популярни в България още преди няколко години, но пандемията ускори много процеса.

Това трескаво развитие на онлайн търговията и доставките носи със себе си и някои логистични предизвикателства. Особено в Европа, където предложената от Европейската комисия "Зелена сделка" ще повиши значително стойността на транспортните услуги. Това тревожи ли ви?
Ще мислим по въпроса по-късно, когато имаме по-активна стратегия по отношение на търговията. По принцип сте прав. Но трябва да оценим и факта, че има различни типове доставки. Връщам се към примера си с доставките на храни - виждате все повече хора, които разнасят пица върху велосипеди или леки мотопеди. Което е много по-добре от гледна точка на емисиите.
Но е факт, че логистиката и доставките ще са най-важната част от гледна точка на възприятието на клиента. Ако той не получи поръчката си навреме, ако я получи повредена, или изстинала, това ще развали цялостното му отношение към бранда и към платформата. Няма значение колко други участника е имало по веригата преди това, само една грешна стъпка в края е достатъчна да провали всичко - и тогава губиш клиента.
Има различни стратегии да се избегне това. Можеш да си партнираш с добри, уважавани логистични компании. Можеш да си създадеш собствена логистика, което в наши дни е много сложна задача. Или може да избереш някакъв хибриден подход.

Да привлечеш нечие внимание в мрежата и да получиш трафик става все по-скъпо за търговците. Значи ли това, че в бъдеще единственият им шанс ще е да бъдат откривани чрез големи дистрибуционни канали?
Да, определено. Това се отнася не само до трафика, но и до самото количество на информацията. В миналото голямото предизвикателство пред човека бе да намери информация. Беше привилегия да имаш достъп до библиотеки и университети. Сега е обратното: има толкова много достъпна информация, че предизвикателството е не да я откриеш, а да я филтрираш. Да премахнеш някак тоновете ненужна или фалшива информация.
Според някои проучвания младите хора в Китай прекарват до 65% от будния си живот в техните смартфони - за развлечения, шопинг, онлайн образование и каквото още се сетите. С това темпо е неизбежно информационното претоварване. А за малките търговци е много трудно да бъдат достатъчно видими, достатъчно гласовити, че да привлекат внимание.
От друга страна, възходът на всички тези онлайн гиганти поставя под риск конкурентната среда. Но вярвам, че екосистемите като цяло, и платформите като нашата, могат да бъдат добро решение.

Последен въпрос: един от главните проблеми на бизнеса в България е да намери правилните кадри - резултат от емиграцията и "изтичането на мозъци". Как се справяте с това? Разкажете ни повече за екипа си.
Екипът ни е страхотен. Истина е, че намирането на хора в България е предизвикателство. Зная го, защото не съм нов тук, работя за TBI вече почти пет години. Но ние започнахме през април 2020 и вече успяхме да открием много умни, много способни хора. Те са млади, но много амбициозни, мотивирани и с достатъчно опит.
За мен ключовото нещо е, че хората в нашия екип са овластени с известна автономия, така че да решават сами определени проблеми. В същото време обаче постоянно обсъждаме идеите помежду си. Действаме като един отбор, за да осигурим допълнителна стойност на крайните потребители, търговците и производителите. И приветстваме всички партньори да се присъединят към нас, за да изградим заедно един страхотен продукт. ■

CUSTOMERS NEED ALL-IN-ONE SHOPPING EXPERIENCE

Denis Gorbunov, Chief Executive Officer of TiBuy, talks to Bulgaria ON AIR

By KONSTANTIN TOMOV / Photography IVAYLO PETROV

Mr. Gorbunov, most people would say that we live in the age of e-commerce. Yet in 2016, on the 20th anniversary of Amazon, the share of e-commerce was still just 8% in the United States, not to mention Bulgaria. What do things look like today? Will 2020 go down in history as the turning point that tipped the scales to online shopping?

We at TiBuy believe that 2020 was the year of global shift. Not only a shift from physical to digital, from offline to online commerce, but also in many, many other things. This shift was driven mainly by two factors. One was the closure of physical stores because of the lockdowns. The other factor was psychological. When you are in a lockdown, you feel the need to treat yourself for something pleasant. We observed that across different markets. The sheer level of stress pushed people to be more active shoppers.

… and even indulge a little with more luxurious goods, perhaps?

Exactly. So obviously it was a turning point which showed to customers that e-commerce has plenty of benefits: it is fast, it allows a much easier search, and it gives a better choice of parameters, price, the most convenient delivery, etc. So, things did change a lot in 2020, and I think that in the future the pace of these changes will be even higher.

With TiBuy, you have the ambition to build an entirely new shopping ecosystem that combines physical and online commerce, payment and financing options, and loyalty program. How will this work in practice?

Before going to the practical aspects, I would like to elaborate a little bit on why we believe this is something that will be developing here - not only in Bulgaria but also looking at other Balkans' markets. We are already seeing the first signs coming from Asia where the consumers are becoming so overloaded with information and different fragmented pieces of the shopping experience, all coming from different channels: messages, social media, websites, news resources... People are bombarded with advertisements from different sources. The same goes for financial services. This is why guys like Alipay, WeChat, Kakao, Gojek have started collecting all these fragmented pieces into one ecosystem. It can be an ecosystem with communication at core, it can be a financial ecosystem or shopping one. More and more customers prefer to use only one app to have everything in one single place. Which, on one hand, is very convenient for the customers because they don't need to go to different places, resources, websites, applications. And, on the other hand, it gives great added value to the partners of the ecosystems - to the merchants and producers in our case. Collecting the data from the shopping behavior, and from the user experience of different kinds of applications, improves the proposition that merchants and brands can provide to their customers. And the customers are becoming very demanding these days.

Another shift that we observe, by the way, is about loyalty. Traditionally it was considered to be the loyalty of the customers towards the brands. But now the brands are building a loyalty to their customers. Nike, the biggest sports goods producer, is now offering its customers the option to use their app. More than two hundred million people use it already, and the majority of them have downloaded the app during the pandemic - running around the table and measuring the kilometers... The app collects information about the activities that you do, and it helps Nike to change the products they make. It's not the company pushing products at its customers, but vice versa. The more data you have about your customer, the more precise and tailor-made experience, products and services you can offer.

This leads us back to TiBuy.

Back to TiBuy. So, we understood that there is great potential here on the market. There are no such platforms that could combine holistically different parts of the shopping experience. And we want to bring this experience to the customers. Our ultimate goal is to be client-centric, to make sure that customers have more free time to do something more important rather than choosing different goods or trying to find different discount coupons or promotional offers and thinking how to pay for it. We want all these things to be in one place where the customer will be able to find a product or service, buy it, using different payment options, and be rewarded. And we also want to add some interesting features to make the regular life of our users easier.

Obviously, we cannot compete from the start with such monsters like WeChat and Alipay - and probably we shouldn't even take them as role models because they started from messaging, from e-commerce marketplaces...

And the environment here is not the same as ▸

NEVER STOP EXPLORING

in China…

It is not the same. But it's not about the statics, it's about the dynamics.

The Bulgarian market is unique. The level of technical sophistication is lower compared to other European markets. However, the pace of change is much faster. As I come from Russia, my favorite example is with the ATMs in my country. Until recently this network was so underdeveloped in Russia that at a certain moment the banks and the financial market realized they need to change that straight away. So, in a very short time, they covered the entire country with new, modern cash machines with large touch screens. While looking at Western European markets, most of the ATMs are there since the 1990s. So quite often you come across an old machine, with a tiny screen and very limited functionalities. And there is no intention to replace them because the system is there and it's working.

Drawing some parallels, Bulgaria offers great potential - especially for a company like TiBuy that is starting from here with plans to go to other markets. For us, it's a great opportunity to see how fast this value proposition will be received by the customers. Will it be really convenient for them and will the merchants have a high impact from working with us. We are sure that they will. However, every market is unique, and we need to validate different hypotheses, and to see what works best for different industries and different producers.

It is a win-win situation. It puts the customer and his interests in the center, but at the same time it provides really valuable information about the customers to the merchants, and it increases their traffic of new clients who previously didn't purchase anything from this particular merchant but now they know that they will be rewarded if they do so. And it also increases such metrics as the average ticket size and frequency of purchases.

Our ultimate goal is an ecosystem - a kind of super-app - that will be used in everyday shopping life. The app is ready, but we are still not promoting it, because we need to accumulate a tangible network of partners first.

How is that developing so far? And how is your interest split between e-commerce and traditional retailers?

We are wide open. Bulgaria's shopping landscape combines both - online and offline channels. Even geographically: Sofia and larger cities are more advanced and open to e-commerce; in rural areas however, the situation is different.

Currently, we are having different negotiations with partners - by the way, some of them have both offline and online stores. We are promoting our platform which technologically can cover both channels.

And the same goes for the industries: we don't want to be focused on one specific niche - electronics or fashion, for example. We want to cover holistically all the shopping needs of the customer. Doesn't matter if it's groceries, or cinemas, pharmaceuticals, sporting goods, cosmetics, or toys... We are focused on all these major industries. We already have good interest and confirmations from different players in different fields - HoReCa, fast-moving goods, automotive, transport, furniture et cetera. Again, we are putting ourselves into the shoes of the customer who would want to have different types of goods and services available for the rewards and tailored offers he would be expecting to receive.

In traditional trade, the key factor was "location, location, location". Can loyalty programs play the same role in online commerce?

The truth is, loyalty can be used everywhere. Especially when we are talking about a coalition loyalty program and when it comes to the "digital" way of using it. Actually, I don't really like this definition of what we're doing here. Coalition loyalty programs are not something new. Fifteen years ago, I had a card that I could use with the different partners of such a program, receiving some points and in the end choosing some useless goods from the catalog in exchange for these points.

In our case, we are rather a technological, or digital, reward platform in which both merchants and producers, from one side, and customers, from another, participate. We have digital channels to communicate with the customers and there is no need to have plastic.

But you're still going to have a plastic card, for the people that don't use smartphones?

Exactly. But it's not something most of the customers will need. A physical plastic card cannot communicate with you. A smartphone can. You can have in-app messages, push notifications et cetera. Our task is to find a way not to overload the customer with promotional offers but to choose smartly which promo and which channel we'll be using.

And back to your question about loyalty programs, there are no geographical limits on that right now. If you are in Greece on holiday, and you want to order something for kids, or your parents, you can

use our application and your digital loyalty card to be rewarded for the purchase.

You are also planning to offer a Buy Now Pay Later product. How is that going to work for the customer?
Indeed, this is something we are finalizing right now as an additional proposition on our platform. Our partner, TBI Bank, developed this product to be embedded in the app. The ultimate idea is to give the customers more flexibility. Buy Now Pay Later is becoming a very convenient payment instrument and it changes completely the perception of a financial product. Customers don't think of it as a loan. You just pay, and then there are several deductions from your debit card every month without any interest for the customers!

And no signing of documents, no approval?
There is a pre-approval to activate the BNPL and get a limit - but it is much lighter and faster compared to a regular loan.
Moving from the end-user to the merchant, again BNPL helps a lot because it increases the possibility to sell some products that otherwise the customer either could not afford or would buy in smaller quantities.

Will the very meaning of "online commerce" be extended - not only to goods but also to insurance and financial services, travel, car services, even public services? Will this trend develop fast enough in Bulgaria?
I think yes. We already discussed this acceleration of the changes. Some markets are advancing quite actively, and I think Bulgaria will catch up soon. There must be a demand from the customers, from one side, but also educational push from players like TiBuy. And by the way, speaking about education – another great example of an industry which rapidly moves to online…

In which industries and services do you expect the most rapid development of online commerce in the near future?
First of all, fashion. Historically, people would go to some physical shop in order to try, to see how it looks. Ladies would ask their husbands: the red dress or the blue dress? But now, with instruments such as Buy Now, Pay Later, they can order them both, try them comfortably at home and decide which one to return. Or to keep them both. Another obvious answer is food. Food deliveries started gaining some popularity in Bulgaria a few years ago, but again the pandemic accelerated that a lot.

This rapid development of online commerce and deliveries also means some logistical challenges. Especially in Europe, where the Green Deal proposed by the European Commission will significantly increase the cost of transport services. Is that something that troubles you?
Obviously, it will be something in our minds a little bit later when we have a more active strategy regarding the marketplace. In general, you are right. But we also need to appreciate that there are now different types of delivery. Back to my example with the food industry, we see more and more delivery guys riding bicycles or very light motor vehicles which I think is much better and efficient from the perspective of emissions.
But delivery and logistics itself will obviously be the most important thing in terms of customer perception. If the customer doesn't receive his order on time, if he receives it damaged, or cold, that could change his whole attitude towards the brand, and towards the platform. Doesn't matter how many parties are involved in the ecosystem, just one misstep in the end can spoil everything - and you lose the customer.
There are different strategies to avoid that. You can partner with good, respected logistics companies. Or you can create your own logistics which nowadays is a very complex task. Or you can take a hybrid approach.

Getting someone's attention online and attracting traffic is becoming more expensive for merchants. Does this mean that in the future their only chance will be to be discovered through large distribution channels?
Yes, definitely. And the same applies not only to traffic but to the sheer quantity of information. In the past, the main challenge in front of humans was to find information. It was a privilege to have access to libraries and universities. Now it's the contrary: there is so much information available that the challenge is not to find it but to filter it. To remove somehow the tons of irrelevant and fake information. The same goes for information about products, deals, etc.
According to some studies, the majority of young people in China spend up to 65% of their daily lives on their smartphones - entertainment, shopping, online education, you name it. With this pace, it is inevitable to be overloaded with information. And for the smaller merchants, it is very difficult to be visible, to be vocal enough to grab attention. On the other hand, the rise of all these online giants puts at risk competition in certain ways.
But I believe that ecosystems in general, and platforms such as ours can be a solution to that.

> It is a win-win situation. It puts the customer and his interests in the center, but at the same time it provides really valuable information to the merchants, and it increases their traffic

A final question: one of the major problems of doing business in Bulgaria is finding the right people, because of the emigration and the 'brain drain'. How do you cope with that? Can you tell us more about your team?
The team is great. Indeed, this is a challenge in Bulgaria. I know it well, because I'm not new here, having worked with TBI Bank for almost five years. Starting in April 2020, we already managed to find very bright, very smart talents. They are young but very ambitious, experienced, and motivated.
For me, the most important thing is that our key people are empowered, with a certain level of autonomy to deal with different stuff, but we are also constantly brainstorming together, acting as one team to deliver the abovementioned value to the end users, merchants and producers. And we are welcoming those partners to join us, building a great product together! ■

10 НЕЩА, КОИТО ТРЯБВА ДА ЗНАЕТЕ ЗА "БЪЛГАРСКИЯ" ЕЛЕКТРОМОБИЛ

Компанията Next.e.GO е създадена от аахенски професори и финансирана от милиардери от Северна Македония

Текст КОНСТАНТИН ТОМОВ / Фотография E.GO, КОЛЕЛА

Сбъдване на десетилетна мечта": така бе представена от някои подписаната от министъра на икономиката Кирил Петков и председателя на борда на директорите на Next.e.Go Mobile Али Визваеи спогодба за строителството на завод за електрически автомобили в Ловеч. Инвестицията на германския стартъп ще е на стойност 140 милиона евро.

На един от терените на бившия завод "Балкан" в Ловеч ще бъде изградена свръхмоделна фабрика за електромобили от бранда e.GO, с капацитет до 30 000 коли годишно, уточни Визваеи. Българската държава е гарантирала определени стимули за инвеститора, но те ще са достъпни на два отделни транша едва след изпълняването на определени условия - производството на първия автомобил във вече готовата фабрика, и производството на 20-хилядния автомобил, подчерта министър Петков. Според него така средствата на данъкоплатците са защитени. Според д-р Улрих Херман, главен изпълнителен директор на e.GO и професор в Аахенския университет, стартът на производството в Ловеч е предвиден за началото на 2024 година.

За България построяването на завод за финална сглобка на автомобили действително е мечта и стратегическа цел. В последното десетилетие страната разви мощен автомобилен сектор, който според някои изчисления през миналата година е дал 11% ▶

AC GO 279 E

от БВП и създава работа на 65 000 души. Но той се състои почти изцяло от поддоставчици, с относително по-ниска добавена стойност. Добавянето на крайно производство на автомобили ще даде завършен вид и устойчивост на сектора, и ще го направи по-привлекателен за нови инвеститори. Особено важно е то да е на електромобили, защото много от производителите на компоненти за конвенционални автомобили ще трябва да се преструктурират или да изчезнат от пазара в близките години.

Дали обаче Next.e.GO има потенциала да е такъв трансформиращ инвеститор? Вероятно е време да преодолеем характерното българско черногледство, доминираше в първоначалните реакции след сделката. В същото време обаче обстоятелствата около нея не подтикват и към краен оптимизъм. Ето десет факта, които трябва да знаете за бъдещите "български" електромобили.

1. Компанията е основана от професори в Аахен

e.GO бе основана в средата на миналото десетилетие от Гюнтер Шу, също професор в Аахенския технически университет (RWTH), заедно с компанията за електрически микробуси StreetScooter. Впоследствие втората бе откупена от гиганта Deutsche Post. e.GO построи своя високотехнологична фабрика в Роте Ерде край Аахен и през 2019 произведе първия автомобил в нея, предоставен на министър-председателя на Северен Рейн-Вестфалия Армин Лашет (сега смятан за един от фаворитите за бъдещ германски канцлер). Коронакризата обаче обърка плановете и принуди компанията да подаде документи за фалит. Тя бе пререгистрирана като Next.e.GO с водещо акционерно участие на инвестиционния фонд nd.Group, регистриран в Айндховен, но базиран в Дюселдорф.

2. Гърбът: милиардер от Северна Македония

nd.Group е инвестиционната компания на Назиф Дестани, член на най-богатата албанска фамилия в света. Родът всъщност е от село Бозовци, край Тетово, в днешна Северна Македония. Основите на фамилното богатство са поставени от бащата на Назиф, Лазим Дестани, който емигрира от Югославия в Германия през 70-те и там създава туристическата агенция Sharr Tourist. Лазим има три деца, като едното от тях, Блерим Дестани, е киноактьор.

3. Първият голям бизнес: мръсно пране

Големите успехи в бизнеса обаче са дело на другия син, Назиф - и водят корените си от мръсното пране на германските миротворящи сили в Косово. Младият Дестани научава, че силите на KFOR имат проблеми с комуналните услуги, закупува перални машини

Тенденцията към все по-големи и бързи електрически модели, с все по-големи и тежки батерии - тенденцията, олицетворявана от Tesla - напълно противоречи на устойчивото развитие. Увеличаването на размера на батериите замърсява силно околната среда, а в същото време голяма част от този капацитет не се използва никога

и получава голям договор с целия германски контингент в Косово. Така е създадена корпорацията Ecolog.

По-късно фирмата му печели подобни договори и по време на мисиите в Афганистан, където малко други компании от сектора се осмеляват да предложат услугите си. Постепенно Ecolog се разраства до международна компания с представителства в над 30 страни и с над 12 000 служители. Печели договори не само с военните, но и с петролни гиганти като Shell и Total.

4. Лично състояние над 4 милиарда евро

В последните години Назиф Дестани се е оттеглил от управлението на Ecolog и се е фокусирал върху инвестиционната си компания ND Group. Личното му състояние надхвърля 4 милиарда евро по оценка на X Welt.

Али Визваеи, който подписа договора с Кирил Петков и който е главен изпълнителен директор и на nd Group, е възпитаник на Harvard Buisness School (подобно на икономическия министър) и на Оксфордския университет. Бил е старши вицепрезидент по стратегията на гиганта Siemens AG, регионален президент на химическия гигант Linde, и глобален вицепрезидент на строителната компания Bilfinger.

5. e.GO се смята за противоположност на Tesla

Само по себе си електрическото задвижва-

не не е достатъчно, за да бъде един автомобил екологичен, смятат създателите на германския стартъп. Според тях тенденцията към все по-големи и бързи електрически модели, с все по-големи и тежки батерии - тенденцията, олицетворявана от Tesla - напълно противоречи на устойчивото развитие. Увеличаването на размера на батериите замърсява силно околната среда, а в същото време голяма част от този капацитет не се използва никога. Затова идеята на e.GO е за лек, компактен градски автомобил с малка, но напредничава батерия. Такъв автомобил може да премахне замърсяването там, където то е най-опасно - в големите градове.

Цялата концепция звучи напълно рационално. Големият въпрос е дали тя може да бъде продадена на далеч не рационално разсъждаващите клиенти. Особено при положение, както отбеляза преди време Die Welt, че множество китайски производители предлагат сходни автомобили за половината от цената (в момента e.GO струва между 21 000 и 26 000 евро в Германия преди калкулирането на държавните субсидии, и около 16 900 евро след тях. Естествено, цената може да падне, когато производството стане по-масово).

6. Микрофабрики вместо гигафабрики

e.GO има амбицията да промени коренно и методите за производство. Вместо на гигафабрики като тези на Tesla, германската компания ще разчита на "микрофабрики" - с годишен капацитет едва няколко десетки хиляди коли, но пък лесни за управление, с по-ефективна логистика и без да нарушават живота на местните общности.

7. Устойчиви на драскотини купета

Самите автомобили са замислени така, че да направят производството не само по-ефективно, но и по-гъвкаво. В основата на всички модели на e.GO ще е алуминиева рама, върху която може да се монтира произволно купе от специален, устойчив на одраскания полимер. Тази конструкция улеснява производството и го прави с около 50% по-бързо от това на конвенционалните електромобили. Гъвкавите модули означават също, че компанията няма нужда да сменя модели, за да въведе нови технологии - било в информационните системи на автомобила, било в батериите. Такива промени могат да се правят в движение.

8. С 80% по-ниски производствени разходи

Полимерното купе означава, че e.GO не се нуждае от най-скъпите за строителство цехове в един нормален завод за автомобили - като формовъчна преса, каросерийна сглобка, бояджийски цех.

Производствените разходи са едва около 20 на сто от тези на компании като Tesla например. Благодарение на това, уверява проф. Херман, e.GO се нуждае от едва 14 000 произведени автомобила, за да излезе на печалба, докато при конвенционалните производители това се постига при стотици хиляди произведени бройки.

9. В Ловеч ще се прави най-атрактивният модел

e.GO за момента разполага с три модела - Life, Life Sport и Life Cross, като според официалното обявление в България ще се прави най-интересният от тях - повдигнатият Cross.

Базовият модел ползва 21.5-киловатчасова батерия, която осигурява 125 км пробег в смесен цикъл и 171 км в градска среда (по тестовете на WLTP). Батерията се зарежда от мрежата за 5.7 часа.

Теглото на автомобила е 1231 кг, а максималната скорост - 122 км/ч.

10. Поръчки за поддоставчици от България

Основен доставчик на компоненти за задвижването е Bosch. Компанията обещава да разчита колкото е възможно повече на базирани в България поддоставчици. Софтуерът ще бъде разработван в българското поделение на Bosch, алуминиевата конструкция ще се произвежда от "Етем-Гестамп", а доставчик на кабели ще е японската Yazaki чрез заводите си в Ямбол. ■

Ten Things You Must Know about the "Bulgarian" Car

The Next.e.GO company was created by Aachen professors and financed by billionaires from North Macedonia

By KONSTANTIN TOMOV / Photography E.GO, WHEELS

"A decades-long dream coming true" - this is how some described the deal signed by Economy Minister Kiril Petkov and Next.e.GO's Chairman of the Board, Ali Vezvaei, for the construction an electric car production plant in Lovech. The German start-up's investment will be worth EUR 140 million.

A super modern electric car plant bearing the e.GO brand will be built on one of the sites of the former Balkan machine-building factory in Lovech. It will have the capacity to produce up to 30,000 cars a year, Vezvaei explained. The Bulgarian State has guaranteed certain stimuli for the investor, but they will be split into two tranches and can be accessed only after certain conditions are met - when the first and then when the 20,000th cars are produced in the plant, Minister Petkov said. According to him, this will safeguard taxpayers' money. Production in Lovech scheduled to begin at the start of 2024, said Prof. Ulrich Hermann, CEO of e.GO and professor at Aachen University.

Building a car plant that will assemble the final product is truly a dream and a strategic goal for Bulgaria. This country has managed to develop a powerful automobile sector over the past decade, which according to some estimates contributes 11% to GDP and has created 65,000 jobs. This sector, however, consists almost entirely of subcontractors with relatively lower added value. Adding finalized production of cars to it will give the sector a finished look and make it more sustainable and attractive for new investors. It is especially important that this production is of electric vehicles because many conventional car parts manufacturers will have to restructure themselves or disappear from the market in the coming years.

Does Next.e.GO have the potential to be such a transforming investor? It's probably time to put behind the pessimism so typical for Bulgarians, which was prevalent in the initial reactions after the deal was announced. Meanwhile, however, the circumstances surrounding it are no cause for extreme optimism either. Here are ten facts that you must know about the future "Bulgarian" electric cars. ▶

СЪГЛАСИЕ
ПЕНСИОННООСИГУРИТЕЛНА КОМПАНИЯ

С ПОГЛЕД
към твоето бъдеще!

Пенсионно осигуряване
Животозастраховане
Общо и здравно застраховане

1303 София, бул. Тодор Александров 117, тел.: 02/816 45 65, факс: 02/816 45 66, www.saglasie.bg

1. The company was founded by professors in Aachen

e.GO was founded in the middle of the last decade by Professor Günther Schuh, also a professor at the Aachen University of Technology (RWTH), together with the electric vans company, StreetScooter. The latter was subsequently acquired by Deutsche Post. The e.GO built its own high-tech plant in Rothe Erde near Aachen and manufactured the first car there in 2019, presented to the Minister-President of North Rhine-Westphalia, Armin Laschet (believed to be among the possible candidates for future Chancellor of Germany). The coronacrisis, however, changes the plans and forced the company to file for bankruptcy. It was re-registered as Next.e.GO with the largest shareholder being the nd.Group investment fund, registered in Eindhoven but based in Dusseldorf.

2. The Backing: a billionaire from North Macedonia

The nd.Group is Nazif Destani's investment company, who is a member of the richest Albanian family in the world. The family's roots can be traced back to the village of Bozovce, near Tetovo, in today's North Macedonia. The foundations of the family's fortune were laid by Nazim's father, Lazim Destani, who emigrated from Yugoslavia to Germany in the 1970's, where he established the Sharr Tourist travel agency. Lazim has three children, one of whom is actor Blerim Destani.

3. The first big business - dirty laundry

The big score in business, however, was made by Nezim and can be traced back to the dirty laundry of German peacekeeping forces in Kosovo. The young Destani learned that the KFOR forces have problems with their utility services, bought washing machines and got a hefty contract for the whole German peacekeeping mission in Kosovo. This is how the Ecolog corporation was born.

Later, his company would go on to win similar contracts with missions in Afghanistan, where few other companies from the sector would dare to offer their services. Gradually, Ecolog grew into an international company with offices in more than 30 countries and over 12,000 employees. Contracts went beyond the military and expanded to oil giants like Shell and Total.

4. Personal wealth of over EUR 4 billion

In recent years, Nazif Destani has stepped down from Ecolog's management and focused on his ND Group investment company. His personal wealth exceeds 4 billion euro, according to X Welt's assessments.

Ali Vezvaei, who signed the agreement with Kiril Petkov and who is ND Group's CEO, is also a graduate of Harvard Business School (just like the Bulgarian Economy Minister) and of Oxford University. He has worked as Siemens AG's senior vice president, regional manager of the chemical giant, Linde, and global vice president of the Bilfinger construction company.

5. e.GO is believed to be Tesla's antipode

The electric drive alone is not sufficient to make a car environmentally friendly, according to the German start-up's founders. They believe that the trend towards bigger and faster electric cars, which is something embodied by Tesla, goes completely against sustainable development. Increasing the battery size results in heavy environmental pollution, all the while a large part of the available capacity is never put to use. That is why e.GO's idea is to build a light, compact city car with a small, but advanced battery. Such a car could reduce pollution where it is heaviest - in big cities. The whole concept sounds completely rational. The big question is whether it can be sold to the not so rational customers. Especially given the fact that, as Die Welt said not too long ago, many Chinese manufacturers offer similar cars at half the price (currently, the e.GO costs between EUR 21,000 and EUR 26,000 in Germany before state subsidies, and around EUR 16,900 after they're included in the equation. Of course, the price could drop when large-scale production kicks in).

6. Microfactories instead of gigafactories

The e.GO has the ambition to completely change manufacturing methods. Instead of gigafactories, like Tesla's, the German company will count on the so-called microfactories with an annual production capacity of just a few tens of thousands of cars, but with more efficient logistics and without encroaching upon the lives of local communities.

7. Scratch-resistant car bodies

The cars themselves have been designed in such a way as to make production not only more efficient, but also more flexible. An aluminum frame, which allows for installing a random body made of a special scratch-resistant polymer, will be the basis of all e.GO models. Such a construction facilitates and allows for manufacturing to be around 50% faster than that of conventional electric cars. The flexible modules also mean that the company will not have to change models to install new technologies - be in the car's information systems or batteries. Such changes can be made on the go.

8. An 80% reduction in production costs

The polymer body means that the e.GO does not need the costliest manufacturing workshops found in a regular car plant, such as a molding press, body assembly or a paint workshop.

The production costs are merely 20% of those of companies like Tesla, for example. Thanks to this, the e.GO would only need to produce 14,000 cars before making a profit, while conventional manufacturers would achieve this after hundreds of thousands of units are made, Prof. Hermann argues.

9. The most attractive model will be built in Lovech

The e.GO currently has three models - Life, Life Sport and Life Cross, and according to the official information, the Cross will be built in Bulgaria, which is the most interesting model.

The base model uses a 21.5 kWh battery that cranks out a 125 km range in a mixed driving cycle and 171 km in an urban environment (according to WLTP tests). The battery can be charged from the electrical grid in 5.7 hours. The car weighs 1,231 kg and has a top speed of 122 km/h.

10. Orders for subcontractors in Bulgaria

The main supplier of the drive components is Bosch. The company promises to use as many Bulgarian-based subcontractors as possible. The software will be developed by Bosch's Bulgarian office, while the aluminum body will be made by Etem-Gestamp. The Japanese Yazaki's Yambol-based plant will make the cables. ■

ON AIR BULGARIA

40 | ОТ ЗЕЛЕНИ, ПО-ЗЕЛЕНИ

Големите корпорации са доволни от екологичните планове на Брюксел. Много от страните-членки обаче не са

Когато политически орган предлага промени в бизнес средата, които потенциално биха повишили разходите на бизнеса и биха му отнели конкурентните предимства, бихте очаквали въпросният бизнес да не е съвсем очарован. Тъкмо обратното обаче се случва с прословутата "Зелена сделка", детайлите от която бяха представени от Европейската комисия на 14 юли. ▶

40 | СПИСЪКЪТ НА ЛЬО ПЕН
LE PEN'S LIST

46 | 12 ЧЕСТНИ ОТГОВОРА ЗА ЕЛЕКТРОМОБИЛИТЕ
12 HONEST ANSWERS ABOUT ELECTRIC VEHICLES

▶ В писмо до комисията лидерите на над 300 от големите транснационални корпорации в Европа приветстваха плановете и настояха за по-висок "доброволен" ангажимент в добавка към 55-те процента намаляване на парниковите емисии до 2030 година. "Като бизнес лидери с роля в ЕС, ние виждаме възможност да осигурим прехода към неутрална икономика, каквато се пада веднъж в живота", пишат лидерите на компании като Daimler, L'Oreal, AB Volvo, Unilever, ArcelorMittal, Ikea, BASF, Iberdrola, Orsted, Thyssenkrupp, H&M, Titan Cement, Siemens и Shell.

Все пак лидерите някои от най-големите компании предупреждават Брюксел, че трябва да инвестира още по-активно и да разхлаби регулаторните режими в областта на възобновяемите енергийни източници. "Все още сме далеч от нужните обеми и капацитет на възобновяемата енергетика, за да се осъществи бизнес сценарият на индустриалната електрификация", подчертават те.

За сметка на индустриалците, доста от екологичните министри на страните-членки изразиха сериозни резерви към плана на Еврокомисията, който предвижда сегашните схеми за заплащане на вредните емисии да се разширят и в области като транспорта, автомобилите и строителството. Андрей Визяк, министърът на околната среда на Словения, която в момента е председател на Европейския съвет, окачести тези предложения като "твърде корав орех", макар да не уточни от кои негови колеги идват възраженията. Преди това полският заместник-министър по климана Адам Жибурже-Четвертински предупреди, че комисията на практика "избира да обложи по-бедните домакинства". "В политическо отношение това е грешка и трябва да търсим други начини джа постигнем целите си", предупреди той пред Euractiv. Енергийният министър на Люксембург Клод Тюрме нарече схемата "контрапродуктивна". А френският евродепутат Паскал Канфен директно я нарече "политическо самоубийство", което ще повтори протестите на "жълтите жилетки". ■

GREEN AND GREENER

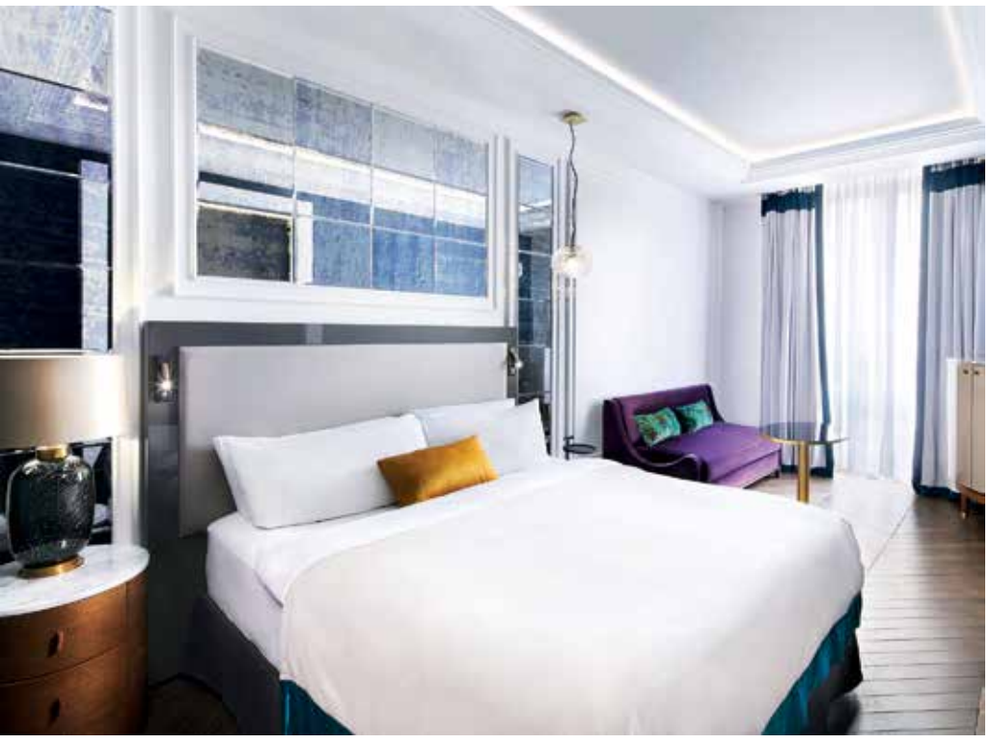
Large corporations are happy with Brussels' environmental plans. However, many Member States are not

When a political body proposes changes in the business environment that would potentially increase the costs of the business and take away its competitive advantages, you would expect the business in question not to be completely fascinated. However, the opposite is happening with the infamous "Green Deal", the details of which were presented by European Commission on July the 14th. In a letter to the commission, leaders of more than 300 major multinational corporations in Europe welcomed the plans and called for a higher "voluntary" commitment in addition to a 55 percent reduction in greenhouse gas emissions by 2030. "As business leaders with a stake in the EU, we see a once in a lifetime opportunity to deliver the transition to a net zero economy", write the leaders of companies such as Daimler, L'Oreal, AB Volvo, Unilever, ArcelorMittal, Ikea, BASF, Iberdrola , Orsted, Thyssenkrupp, H&M, Titan Cement, Siemens and Shell.

However, leaders of some of the largest companies are warning Brussels that it needs to invest even more actively in the field of renewable energy, and loosen regulatory regimes. " We are still far from the needed volumes and capacity in terms of renewable energy to unleash the industrial electrification business case," they stressed.

Unlike industrialists, many of the environment ministers of the Member States have expressed serious reservations about the plan of the European Commission, which envisages the current payment schemes for harmful emissions to be extended to areas such as transport, cars and construction. Andrej Vizjak, the environment minister of Slovenia who is currently chairing the European Council, described the proposals as "too hard a nut", although he did not specify which of his colleagues the objections came from. Earlier, Polish Undersecretary for Climate Adam Guibourge-Czetwertynski warned that the commission was in fact "making a choice to tax poorer households". "Politically, this is a mistake and we must look for other ways to achieve our goals," he warned Euractiv. Luxembourg Energy Minister Claude Thurmes called the scheme "counterproductive". And French MEP Pascal Canfin directly called it a "political suicide" that would repeat the "yellow vest" protests. ■

AN ICONIC LANDMARK OF SOFIA



In the heart of the Bulgarian capital, within a walking distance from its business and commercial districts and the Government Offices, Sofia Hotel Balkan, a Luxury Collection Hotel, is recognized as the city's grand hotel.

It features 240 beautifully appointed, soundproofed guest rooms, luxurious brand new rooms and magnificent suites with stunning views over the city.

Sofia Hotel Balkan offers emblematic meeting rooms for largescale conferences, majestic weddings, gala dinners and special events. The 1,419 sq. m total banqueting space in the hotel consists of 3 ballrooms and small meeting rooms with a total capacity of 1400 guests. The Royal Ballroom is a glittering space enhanced by natural light and glistening chandeliers. Enjoy the stunning panoramic view over Rotunda St. George, with the biggest capacity up to 650 guests for major conferences and sophisticated gala dinners. The twin ballrooms Serdica and Sredetz are naturally lit venues which add a sense of elegance to meetings and celebrations. Each hall has 230 sq. m. of space, with their high ceilings creating a refined atmosphere. The two ballrooms are complimented by a stylish pre-function space, where guests can indulge in moments of delight with cocktails and coffee breaks.

The fully renovated ostentatious Restaurant "Labels" offers the best ingredients for an exceptional dining experience, a fine mixture between Continental cuisine and the renowned Bulgarian tradition in hospitality and smart service.

The new Lobby Bar "Basilica" with its art deco elements is an elegant and tempting venue where you can relish your morning coffee, midday lunch, after-work drink or have your business meetings.

Sofia Hotel Balkan is part of Marriott International and it belongs to The Luxury Collection brand, a curated ensemble of the world's most iconic hotels. As such it participates in the Marriott Loyalty Program with which every guest or event organizer, if a member, can earn and redeem points, enjoy elevated Elite benefits and consistent Elite status recognition across all Marriott brands.

Feel the authentic spirit of Bulgaria and create beautiful memories in this emblematic hotel.

5 Sveta Nedelya Square, 1000 Sofia, Bulgaria
T +359 2 937 8787 E reservation@sofiabalkan.net,
www.sofiabalkan.com

СПИСЪКЪТ НА ЛЬО ПЕН

Новото обединение на европейската десница е куриозно и изпълнено с противоречия - но това не го лишава от тежест

Текст БОЙКО ВАСИЛЕВ / Фотография SHUTTERSTOCK

Даже малко се забавиха. А отдавна ги чакахме.
Марин Льо Пен, Виктор Орбан, Матео Салвини, Ярослав Качински най-после направиха решаващата крачка. Шестнайсет партии на дясната европейска алтернатива подписаха обща декларация в началото на юли. Обявиха, че ще реформират Европа и ще спрат европейската свръх-държава. Те са заедно, в един списък – на думи и на дела.

ПОМНИМ ТЕХНИТЕ УСПЕХИ. Бяха най-силната партия в Италия, Дания, Швеция, Нидерландия, Полша, Швейцария; показаха сила във Франция и Словакия, запълниха почти целия спектър в Унгария, държаха дълги позиции в Австрия, утвърдиха се в анти-националистическата Германия и доскоро умерената Испания, предизвикаха Brexit във Великобритания, управляваха в САЩ – и все още управляват в Бразилия и Индия. Наричат ги крайнодесни, алтернативни десни, радикали, популисти, консерватори, националисти, а The Economist даже употреби израза „мръсната десница“. Но когато не знаеш как да наречеш нещо, най-вероятно няма и да го разбереш.

ДА, ТЕЗИ ПАРТИИ СА КАТО ИТАЛИАНСКО СЕМЕЙСТВО, което ту се кара, ту се прегръща. Списъкът го показва, понякога съвсем буквално. Сред подписалите са италианец и италианка: Салвини от „Лигата“, който подкрепя кабинета на Марио Драги – и Джорджа Мелони от „Италианските братя“, която е единствената му опозиция. Идеологически братя, но политически съперници: а сега де!
Шведските Демократи, както и нидерландските десни пък въобще ги няма сред Шестнайсетте, „Алтернатива за Германия“ - също. Разбирам защо. Навремето техен човек ми каза, че не харесва Льо Пен, защото там били социалисти, а „социалисти плюс националисти дава националсоциалисти“. За разлика от френския „Национален сбор“, алтернативните германци са икономически либерали; не приемат еврото и държавната намеса в икономиката.

МОЖЕМ ДА ПРОДЪЛЖИМ С ПРОТИВОРЕЧИЯТА. Льо Пен харесва Русия, а полската „Право и справедливост“ на Качински – никак. Партията Фламандски интерес (бившият Влаамс блок) не си пада по имигрантите, а навремето техен политик се ожени за българка и кръсти децата си с български имена. Лидерът на испанската „Вокс“ е испански националист, но баск по произход. И така нататък…
Всичко това е вярно. Мнозина анализатори го използват, за да докажат колко крехък е новият десен алианс. Какво го крепи тогава?
На първо място, политическият момент. Салвини и компания направиха пробив на европейските избори през 2019, макар и не толкова голям, колкото се очакваше. После дойде коронавирусът.

COVID ПОДЕЙСТВА В НЯКОЛКО ПРОТИВОПОЛОЖНИ ПОСОКИ. От една страна, укрепи националната държава, за която се борят Шестнайсетте. Но също показа нуждата от глобални решения, например ваксините. Някои от символите на крайната десница, като Доналд Тръмп и Жаир

Болсонару, се провалиха с вируса. „Алтернативните“ последваха техния скептицизъм към мерките и вярата в чудодейни илачи, като хидроксихлорохина; това обаче ги изправи срещу науката, медицината и мнозинството. Като цяло, коронакризата свали приоритета на доста техни теми – имигранти, бедност, евро-федерализъм.

Накратко казано, късметът не се усмихва на новите десни напоследък. Догодина двама от тях, Орбан и Льо Пен, ще имат избори, на които могат съвсем да загубят. Затова дойде време за действие. Инициативата за списъка пое мадам Льо Пен, и не случайно: регионалните избори във Франция показаха, че нейният победен марш към Елисейския дворец през 2022 далеч не е сигурен.

Шестнайсетте познават голямата картина. Знаят, че глобализацията дели света на консерватори с чувство за принадлежност и либерали на отвореното общество. И разпознават в първите своите хора.

ТАЗИ НОВА БАРИКАДА РАЗМИВА стария разлом на леви и десни, а западните работници разлюбиха социалдемократите. И не защото левицата се е превърнала в интелигентско-университетска партия на лидери с очилца. Роденият на Запад човек на физическия труд не издържа конкуренцията на чужденеца, готов да работи повече за по-малко пари. Социалистите – интернационалисти подават ръка на чужденеца. И губят своя традиционен избирател, работника, който отива при популистите. Когато Тръмп казва „аз съм милионер със синя якичка“, той дава знак къде се прицелва новата десница.

Но има и още един, по-дълбок проблем. Т.н. „бейби бумъри“ създадоха богатството на днешния Запад, а с него и сексуалната революция, рокендрола, технологичния подем и държавата на благоденствието. Само дето не им стигна времето да раждат. Мирът и благоденствието не произвеждат деца. Егоизмът не е фертилен. Сега дойде моментът „златното поколение“ да се пенсионира и на хоризонта се очерта катастрофа.

НЕ ИСКАМЕ ПЕНСИИТЕ ДА ПАДАТ, казват „бейби бумърите“, искаме да живеем още, дълго и щастливо. Но кой ще осигури този живот? Имигрантите? Възрастните? Покъсно пенсионираните? Или някакъв нов, чудотворен „бейби бум“? Виждам как се усмихвате саркастично. Аз също се усмихвам, защото не виждам тук реалистична опция.

Западът се превръща в общество на старците, в което апетитите са големи, а ресурсите – малки. В тази криза консерватори и либерали изповядват своите варианти на нова, мощна, обединителна идеология - глобалният егоизъм. Вирусът го изостри до болка, но решение не даде.

Ето в този лабиринт ще се лутаме, и то напълно безцелно. Защото егоизмът има един малък, но съществен недостатък – не става за знаме, не въодушевява, не дава бъдеще. Не дава и истинска политика. Защото тя, истинската политика, колкото и да не Ви се вярва, не може без знаме и наредени под него въодушевени наивници. ■

LE PEN'S LIST

They even came a bit late. And we have been waiting for them for a long time.

Marine Le Pen, Viktor Orban, Matteo Salvini, Jaroslaw Kaczynski have finally taken the decisive step. Sixteen parties of the European alternative right signed a joint declaration in early July. They announced that they would reform Europe and stop the European Superstate. They are together, on the same list - in word and deed.

WE REMEMBER THEIR SUCCESSES. They were the strongest party in Italy, Denmark, Sweden, the Netherlands, Poland, Switzerland; they showed strength in France and Slovakia, they filled almost the entire spectrum in Hungary, they held good positions in Austria, they established themselves in anti-nationalist Germany and, until recently, moderate Spain, they triggered Brexit in Britain, they ruled in the US - and they still rule in Brazil and India. They have been called far-right, alt-right, radicals, populists, conservatives, nationalists, and The Economist even used the phrase 'the dirty right'. But when you don't know what to call something, you probably won't understand it.

YES, THESE PARTIES ARE LIKE AN ITALIAN FAMILY, now fighting, then hugging. The list shows it, sometimes quite literally. Among the signatories are an Italian man and an Italian woman: Salvini of the League, who supports Mario Draghi's cabinet - and Giorgia Meloni of the Italian Brothers, who is his only opposition. Ideological brothers, but political rivals: how come?
The Swedish Democrats, as well as the Dutch right, are not among the Sixteen at all, nor is the Alternative for Germany. I understand why. I was once told by one of their people that he did not like Le Pen because they were socialists, and 'socialists plus nationalists gives national socialists'. Unlike the French National Rally, the alternative Germans are economic liberals; they don't accept the euro and state intervention in the economy.

WE COULD GO ON WITH THE CONTRADICTIONS. Le Pen likes Russia, but Kaczynski's Law and Justice Party does not at all. The Flemish Interest party (the former Vlaams Blok) is not keen on immigrants, but one of their politicians once married a Bulgarian woman and christened his children with Bulgarian names. The leader of the Spanish Vox is a Spanish nationalist but Basque by origin. And so on...
All this is true. Many observers use it to prove how fragile the new right-wing alliance is. What is it, then, that makes it strong?
First of all, the political time. Salvini and company made a breakthrough in the 2019 European elections, although not as big as expected. Then came the coronavirus.

IT WORKED IN SEVERAL OPPOSITE DIRECTIONS. On the one hand, it strengthened the nation-state for which the Sixteen were fighting. But it also showed the need for global solutions, like vaccines. Some of the symbols of the far right, such as Donald Trump and Jair Bolsonaro failed with the virus. The 'alternative' followed their scepticism of the measures and their belief in miracle drugs, such as hydroxychloroquine. But this pitted them against science, medicine and the majority. In general, the Covid crisis lowered the priority of many of their topics - immigrants, poverty, Euro-federalism.
In short, fortune has not been siding with the new right of late. Next year, two of them, Orban and Le Pen, will have elections that they could lose completely. That is why the time for action has come. Madame Le Pen took the initiative for the list, and for good reason: the regional elections in France have shown that her victory march to the Élysée Palace in 2022 is far from certain.
The Sixteen can see the big picture. They know that globalisation divides the world into conservatives with a sense of belonging and open society liberals. And they recognise their people in the former.

THIS NEW BARRICADE BLURS the old left-right divide, and Western workers have fallen out of love with the social democrats. And not because the left has become an intellectual-university party of bespectacled leaders. The Western-born man of physical labour cannot withstand the competition of the foreigner willing to work more for less money. The internationalist socialists lend a hand to the foreigner. And they lose their traditional voter, the worker, who goes to the populists. When Trump says "I'm a blue collar millionaire," he's signalling where the new right is aiming.
But there is another, deeper problem. So-called 'baby boomers' created the wealth of today's West, and with it the sexual revolution, rock and roll, the tech boom and the welfare state. They just didn't have time to give birth. Peace and prosperity do not produce children. Selfishness is not fertile. Now the time has come for the 'golden generation' to retire, and disaster is on the horizon.

WE DON'T WANT PENSIONS TO FALL, say the baby boomers, we want to live longer, happily. But who will provide that life? Immigrants? The elderly? Those who retire later? Or some new, miraculous 'baby boom'? I can see you smiling sarcastically. I'm smiling too because I don't see a realistic option here.
The West is becoming an old people's society, where the appetite is big but resources are small. In this crisis, conservatives and liberals are espousing their versions of a new, powerful, unifying ideology - global egoism. The virus has exacerbated it to the point of pain, but it has provided no solution.
This is the labyrinth in which we will wander, and completely aimlessly. Because selfishness has a small but significant flaw - it does not become a banner, it does not excite, it does not give a future. Nor does it provide real politics. Because it, real politics, as much as you may not like to believe it, cannot do without a banner and excited dupes lined up under it. ■

Салвини и Льо Пен
Salvini and Le Pen

By BOYKO VASSILEV / Photography SHUTTERSTOCK

БЪЛГАРИЯ ЕЪР С ДИРЕКТНИ ПОЛЕТИ СОФИЯ – ДУБАЙ ВСЕКИ ПЕТЪК И НЕДЕЛЯ ОТ 19 СЕПТЕМВРИ

Готови за блясък, готови за Дубай

Планирай почивката си
с директните полети на България Еър.

На цени от: 279 евро за двупосочен билет
в икономична класа и 1199 евро в бизнес класа.

С удобна възможност за тръгване и от Варна.

ПРИЯТЕН ПОЛЕТ

ПРИЯТНИ ЕМОЦИИ

www.air.bg

12 ЧЕСТНИ ОТГОВОРА ЗА ЕЛЕКТРО-МОБИЛИТЕ

Екологични ли са, излъчват ли опасна радиация, ще станат ли по-евтини: да разсеем някои митове

Текст КОНСТАНТИН ТОМОВ / Фотография SHUTTERSTOCK

Винаги сме се чудели с какво ще си запълват времето повечето хора, ако "Левски" и ЦСКА например западнат до степен да не предизвикват интерес. Вече не се чудим: новата линия на разделение и безкрайни спорове в обществото е ясна. Тя, разбира се, е "за" и "против" електромобилите.

Съдейки по форуми като този на Automedia.bg, разделението по този фронт става все по-явно, а споровете - все по-ожесточени. Което е странно, защото по наше мнение електромобилите днес по никакъв начин не би трябвало да предизвикват крайни емоции: те нито са достатъчно съвършени и безгрешни, за да извикват религиозна вярност, нито са толкова неприятни и недодялани, че да оправдаят омразата на бензиновите фанатици.

Всъщност, както обикновено е случаят с крайните мнения, и тези са плод по-скоро на недостатъчно разбиране и сляпо повтаряне на опорни точки. Ето 12 въпроса за електромобилите, на които непредубедени експерти се опитват да дадат максимално честни отговори.

1. Неизбежни ли са електромобилите?

Простичният отговор е - да. Вярно е, че политическият натиск, с който властите в Китай или ЕС се опитват да ги наложат, на моменти остава сляп за чисто практическите пречки. Примерно предложението на Еврокомисията да се забрани изцяло двигателят с вътрешно горене през 2035 изглежда мъчно изпълнимо, поне в частта на товарните превози. Вероятно по-плавен и продължителен преход би бил и по-безболезнен и евтин за обикновените потребители.

Но въпреки това няма съмнение, че вече е премината точката, от която няма връщане назад. За ЕС преходът към електричество (и водород) е ключ към отръвване от енергийната зависимост от други - най-вече Русия и Близкия изток.

За китайците налагането на електромобилите е начин да престанат да изнасят милиарди долари всяка година към джобовете на европейски, американски и японски автомобилни производители.

Малко по-сложно е да се обясни мотивацията на новата администрация в САЩ, която също направи ▶

рязък завой в полза на електрическата мобилност. От този завой сериозно би пострадала тъкмо набралата сили индустрия на шистовия петрол и газ. Но пък е факт, че хората в тази индустрия са като цяло избиратели на републиканците, а на власт в Белия дом са демократите.

2. Ще има ли достатъчно електричество за тях?

Това е на пръв поглед логично притеснение: ако всички преминем на електрически автомобили, откъде ще вземем електричеството, за да ги зареждаме? Компаниите от енергийния сектор обаче не се притесняват от подобно нещо. Дори напротив - очакват масовия наплив на електромобили с нетърпение, защото това е начин да се оползотвори произвежданата, но неизползвана енергия нощем. В много страни електроразпределителните дружества вече въведоха стимули, за да насърчат нощното зареждане. Разбира се, човечеството обикновено има навика да прави не това, което е най-разумно, а това, което е най-удобно. Но има достатъчно механизми нещата да се насочат в правилния коловоз.

По-сложен е другият въпрос: дали мрежите ще издърват такова допълнително натоварване. Тук отговорите са два. Ако става дума просто за добавянето на 10-20 милиона зареждащи се електромобила, това не е притеснително. Някой и друг нов трансформатор ще реши проблема. По-сложно става, ако искаме електромобилите да могат да отдават обратно енергия към мрежите. Това ще направи системата много по-стабилна и гъвкава - но и ще иска доста инвестиции за създаването на т. нар. умни мрежи. А "доста инвестиции" означава и "по-високи цени".

3. Как температурата влияе на обхвата?

Въпросът за обхвата на електромобилите с едно зареждане на батерията е ключов, за да преодолеят недоверието на клиентите. Но опитът до момента не помага особено в това отношение - просто защото показателят доста лавира в зависимост от външната температура.

Максималният обхват, с който се хвалят производителите, е постижим при температури около 22-25 градуса по Целзий. Колкото повече се отклоняват те от тази идеална среда, толкова повече енергия е нужна да се поддържа нормална температура в салона и на самата батерия. Тест на американската AAA с включени системи показа, че обхватът на електромобилите намалява средно с 41%, когато температурата е -6 градуса, и със 17%, ако температурата е 35 градуса.

Донякъде това може да се компенсира, ако колата ви е включена да се зарежда в гаража и зададете предварително температурата, така че салонът да се подгрее или охлади с ток от мрежата.

4. Екологични ли са наистина електромобилите?

Основно възражение на противниците на електромобилите е, че при тяхното производството, включително на батериите, всъщност се отделят много повече вредни емисии, отколкото при изработването на конвенционална кола с вътрешно горене.

Това е абсолютно вярно. Ако се гледаха само емисиите при производството, едно Lamborghini с V12 мотор щеше да е значително по-екологично от Tesla Model 3. Но щом двата автомобила стъпят на пътя, съотношението започва да се променя. Според консултантската компания FEV са достатъчни 43 400 километра пробег с малък бензинов автомобил, за да се изравнят общите му емисии с тези на електрическия му аналог.

Но и съм тези калкулации трябва да подхождаме с известен скептицизъм. Те са валидни, ако цялата енергия за зареждане на електромобила идва от възобновяеми източници. В повечето страни все още случаят не е такъв. В Германия делът на ВЕИ е 46.2% (данни на IRENA от 2018), в България - 15.7%, в САЩ - 14.7%, в Кувейт - едва 0.1%. Изненадващо на върха в тази класация е Албания, където 100% от генерираната електроенергия идва от възобновяеми източници, и почти от ВЕЦ.

5. Опасна ли е електромагнитната радиация на електромобилите?

Нищо чудно да сте попадали на подобни предупреждения в жълти сайтове. Но всъщност те не са лишени от известно основание. Батерията и електромоторът на един електрически автомобил действително произвеждат доста повече електромагнитно излъчване от конвенционалните коли. Но все пак не толкова много, че да се притесняваме. Норвежкият изследователски център SINTEF проучи въпроса и установи, че при електромобилите излъчването в близост до пода е около 20% от допустимата международна норма. А на нивото на главата е едва около 2% от нея.

6. Стават ли електромобилите за теглене?

За няколко милиона почитатели на караваните в Европа електрическата инвазия не е твърде добра новина. Теглителната способност не е сред качествата, които производителите на тези автомобили преследват при разработването им, писа наскоро американското издание Car&Driver. Авторитетното списание тества 11 различни електрически модела наскоро и установи, че само един - Audi e-tron - има относително приемлива теглителна сила - 1.8 тона. Но и при него теглането на ремарке с лодка увеличи консумацията на енергия двойно - което означава, че съкрати наполовина обхвата.

Електромобилите са проектирани да са максимално аеродинамични, и закачането на ремарке към тях е горе-долу като да завържете парашут на гърба на маратонец, заключи C&D.

7. Има ли смисъл от плъг-ин хибридите?

Те изглеждат като най-разумния компромис между двете технологии: достатъчно голяма батерия, за да правите ежедневното си пътуване до работа и до училището на децата само на електричество, и достатъчно голям бензинов резервоар, за да тръгнете спокойно на дълъг път.

Негативната част на уравнението е, че получавате автомобил с два отделни двигателя - и плащате цената и за двата. Много страни в Европа прибягват към субсидии или данъчни облекчения, за да компенсират това, но всъщност само още повече изкривяват нещата. Зареждащият се хибрид има смисъл един-

ствено когато редовно се зарежда. Докато едно проучване в Нидерландия показа, че над три четвърти от купувачите на такива автомобили са ги взели заради данъчната отстъпка, и след това ги карат изцяло на бензин.

8. Какво става, когато батерията съвсем свърши?

При нормалните автомобили е ясно - отивате до бензиностанцията, пълните една туба, зареждате и отново потегляте (макар да е доста по-сложно при дизелите).

При електромобилите е малко по-сложно. Почти всички модели имат вграден буфер в батерията - определено количество енергия, което да поддържа основните системи. Когато стигнете до него, колата ще спре.

Самите показания за обхвата варират: при някои модели, като Audi например, нула означава нула. При други, като Ford или Volvo, дори и след като обхватът покаже 0, автомобилът все още може да измине няколко километра.

Да се упорства в тази ситуация обаче е рисково, защото можете да изчерпите и обикновения 12-волтов акумулатор - а тогава електромобилът не може да се зарежда.

9. Умират ли батериите на електромобилите?

О, да. За да складира и отдава енергия, батерията всъщност извършва две срещуположни химични реакции. С течение на времето загубите в процеса нарастват и капацитетът ѝ намалява. В някои определени случаи това става по-бързо. Примерно доста вредно е за батерията тя да се зарежда "догоре" - затова повечето производители препоръчват не повече от 80-90% заряд. Вредно е също често да се разрежда до максимум. Особено вредно е да се зарежда на т. нар. "бързи" зарядни станции - това съкращава живота ѝ драстично (идеята е те да се ползват само при нужда, а не ежедневно). Както вече стана дума, големите температурни амплитуди също не се отразяват добре на живота на батерията.

Като цяло производителите предлагат достатъчно дълги гаранционни периоди - от порядъка на 8 години (Renault) или 150 000 км.

При разумна експлоатация повечето електромобили губят между 5 и

10% от капацитета си за 50 000 км пробег, така че първите собственици няма от какво да се тревожат.

10. Струва ли си да се купи електромобил на старо?

Като изключим Tesla, чиито автомобили все още се възприемат и като модни заявления, повечето електрически модели се обезценяват доста по-бързо от бензиновите си аналози. В резултат на вторичния пазар има много добри оферти: в Германия например петгодишно BMW i3 може да се вземе за 13-15 хиляди евро, а петгодишно Renault Zoe - за 7-8 хиляди.

При покупката на употребяван автомобил не е чак толкова важно как е бил обслужван до момента. Единственото ключово нещо е състоянието на батерията, защото ако се наложи подмяната ѝ, това може да струва повече от целия автомобил. Състоянието може да се провери и с професионална диагностика, и просто като се зареди изцяло и след това се види колко показваният обхват се доближава до фабричния.

11. По-евтини ли са за притежаване електромобилите?

Трудно е да се каже, просто защото моментната ситуация едва ли ще се запази дълго във времето. Началната цена на електромобила е по-висока от тази на колата с ДВГ, но разходите за гориво са по-ниски, както и тези за сервизна поддръжка (много по-малко компоненти, няма смени на масло, спирачните дискове и накладки се износват много по-бавно и така нататък. Освен ако не се наложи подмяна на батерията, разбира се). Въпросът е дали това ще продължи във времето. Основните приходи на автомобилните търговци идват именно от следпродажбеното обслужване, а не от самите продажби. Те ще се стремят да запазят тези приходи. Другият непредсказуем фактор е данъчното облагане. В момента повечето държави, особено тези в ЕС, получават внушителни приходи от акцизите върху автомобилните горива. Правителствата ще трябва да измислят начин да компенсират загубата на тези приходи. Дали ще е чрез допълнителни такси върху електричеството, или върху самите електромобили, още не е ясно. Има предложения и в двете посоки.

12. Ще бъдат ли някога електромобилите евтини?

Повечето анализатори смятат, че цената на електрическите и конвенционалните автомобили ще се изравни в съвсем близко бъдеще - между 2025 и 2030 според различните прогнози. За съжаление обаче това ще се постигне повече чрез поскъпване на колите с ДВГ, отколкото чрез поевтиняване на електрическите.

Себестойността на последните би трябвало да намалява с увеличаване на производството. Но на това противодействат цените на ключови суровини като мед, литий, кобалт, галий и никел, които вървят неумолимо нагоре заради растящото търсене.

В бъдеще ще има и електромобили на достъпна цена, но това ще е за сметка на батерията, обхвата и оборудването им - като показания тук Citroen Ami, който струва само 6000 евро, но има обхват 70 км и максимална скорост 45 км/ч.

Като цяло тенденцията е притежаването на собствен автомобил да става по-скъпо с времето, и да пренасочва повече хора към обществения транспорт. Това е и основна - макар и неизказвана гласно - цел на новите "зелени" политики на ЕС. ■

12 Honest Answers About Electric Vehicles

Are they environmentally friendly, do they emit hazardous radiation, will they become cheaper - let's debunk some myths

Текст KONSTANTIN TOMOV / Фотография SHUTTERSTOCK

We have always wondered what would occupy people's free time if the two main football rivals, Levski and CSKA, faltered to the point of not evoking any interest among fans. We have stopped wondering: the new divisive line and point of contention among the public is clear - it is between those in favor and those against electric cars.

Judging by online forums, like Automedia.bg, the division along this line is becoming ever more visible and the disputes - fiercer. We find this rather strange, because we don't believe that today's electric cars should cause extreme emotions - they aren't so perfect to justify a cult following and religious devotion, nor are they so imperfect to justify the hatred of internal combustion engine (ICE) fanatics.

Actually, as is often the case with extreme views, these are also the result of lack of understanding and blind referencing to the same anchor points. Here are 12 questions about electric cars, which unbiased experts have attempted to answer as honestly as possible.

1. Are electric cars inevitable?

The short answer is yes. It's true that the political pressure, which the authorities in China and the EU are trying to exert, at times remains blind to the purely practical obstacles. For example, the European Commission's proposal to fully ban ICEs in 2035 seems far-fetched, at least when it comes to cargo transport. A more gradual and prolonged transition will likely be less painful and cheaper for the average consumer. Despite of this, there is no doubt that things are past the point of no return. The transition to electricity (and hydrogen) is key for the EU ridding itself of the energy dependence on third countries - mostly Russia and the Middle East. The imposition of electric cars is a way for the Chinese to stop exporting billions of dollars each year to the pockets of European, American and Japanese car manufacturers.

It's a little harder to explain the motives of the new US administration, which made a sharp turn to the benefit of electric mobility. Such a change in policy would hurt the shale gas industry, but let's not forget the fact that the people in this industry are predominantly supporters of the Republican Party, while the White House currently belongs to the Democrats.

2. Will there be enough electricity for them?

This is a logical concern at first glance - if we all transition to electric cars, where will we get the electricity to power them? Companies in the energy sector are not concerned about this. On the contrary, they're eagerly anticipating the massive influx of electric vehicles, because this will offer a way to utilize the unconsumed energy at night. In many countries, electricity producers have introduced incentives to encourage nighttime consumption. Of course, mankind has the habit of doing what's convenient and not what's smart. Nevertheless, there are enough mechanisms to push things in the right direction. The question whether the power grid can handle such a load is more complicated. There are two possible answers here. If things boil down to merely adding 10-20 million electric vehicles, then there's no cause for concern. Things

get more complicated if we want the electric vehicles to give back electricity to the grid. This will make the system much more stable and flexible but will also require a lot of investments for building the so-called smart grids. A lot of investments also mean higher prices.

3. How does temperature affect the range?

The issue concerning the electric cars' range on a single battery charge is of key importance for winning customers' trust. The experience so far doesn't seem very promising either, simply because battery performance largely depends on the ambient temperature.

The maximum range boasted by manufacturers can be achieved at around 22C-25C. The more you deviate from this ideal temperature, the more energy is required to maintain a normal temperature inside the car and of the battery itself. A test carried out by the American Automobile Association showed that an electric car's range with all systems turned on drops by an average of 41% at a temperature of -6C and by 17 % if the temperature is 35C.

This can be compensated to a degree if you set the interior temperature while the car is plugged in for charging, so it can warm it or cool it using electricity from the grid.

4. Are electric cars eco-friendly?

The main argument used by electric car opponents is that their production, including the battery, results in much more harmful emissions than that of conventional ICE vehicles. This is absolutely correct. If only the emissions resulting from production were put in the equation, then building a V12 Lamborghini would be much more eco-friendly than building a Tesla Model 3. However, once these two cars hit the road, the ratio starts reversing. According to the FEV consulting company, a small ICE car would only need to be driven for 43,400 km before its total harmful emissions reach those of its electric counterpart.

These calculations should be taken with a grain of salt. They are valid only if all the electricity used to charge the electric vehicle comes from renewable energy sources (RES). This is not the case in most countries yet. In Germany, for example, the share of RES is 46.2% (according to IRENA data for 2018), in Bulgaria it is 15.7%, in the USA it's 14.7% and only 0.1% in Kuwait. Surprisingly, Albania tops the chart, as 100% of its electricity comes from hydro power plants.

5. Is electric vehicles' electromagnetic radiation dangerous?

It wouldn't be a surprise at all if you have come across similar warnings on tabloid sites. Actually, this is not completely false either. The electric car battery and motor produce much more electromagnetic emissions than conventional cars. The amount, however, is no cause for concern. The Norwegian SINTEF research center studied the matter and found out that electromagnetic radiation in electric cars is at 20% of international norms on the floor and just 2% around the passengers' heads.

6. Are electric cars suitable for towing? ▶

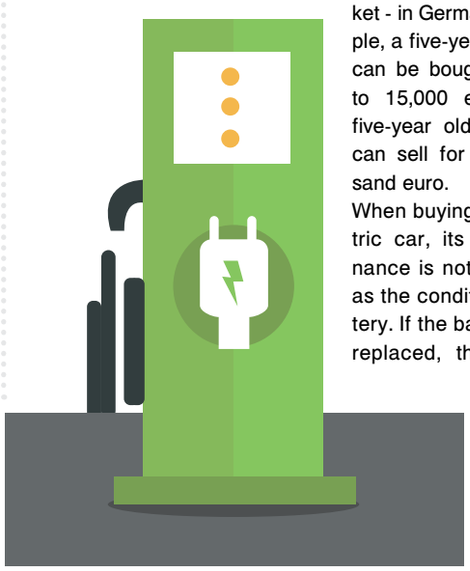
The electric car invasion is no good news for the few million travel trailer fans in Europe. Towing capacity is not among the things electric car manufacturers go after when designing them, the US Car&Driver (C&D) wrote recently. The reputable magazine tested 11 different EV models recently and found out that only one - the Audi e-tron, had relatively acceptable towing power - 1.8 tons. Towing a trailer with a boat doubled its energy consumption, meaning that it cut the range in half.
Electric cars are designed to be as aerodynamic as possible and attaching a trailer to them is like strapping a parachute to the back of a marathon runner, C&D concluded.

7. Is there any sense behind the plug-in hybrids?
They seem to be the most sensible compromise between the two technologies - a sufficiently large battery, so you can drop your kids off at school and get to work on electricity only, combined with a large enough fuel tank to allow for longer journeys.
The negative side of this equation is that you get a car with two different engines and pay for both. Many countries in Europe are turning to subsidies and tax relief in order to compensate for this, but in the end only end up distorting things even further. The plug-in hybrid only makes sense if it is charged regularly. A study conducted in the Netherlands concluded that over three-fourths of owners of such cars have purchased them because of the tax incentive, after which they drive them on gasoline only.

8. What happens when the battery is completely drained?
Things are pretty obvious when it comes to conventional cars - you go to the gas station, fill up a canister, refuel the car and continue on your way (it's more complicated with diesel engines). The situation with electric cars is different. Almost all models have an installed battery buffer, which consists of a certain amount of energy that maintains the basic systems. When you reach that buffer, the car will stop. The displayed range also varies between different EVs. On some makes, like Audi, zero means zero. Others, like Ford or Volvo, will continue running for another few kilometers after the zero range is displayed. Pushing things further, however, is risky, because you can drain the regular 12V battery as well, which would make recharging the car impossible.

9. Do electric car batteries die?
Absolutely. In order for energy to be stored and released, two opposite chemical reactions take place inside the battery. With the passage of time, the losses during this process go up and the battery's capacity decreases. This can happen faster in certain cases. Charging the battery all the way is quite harmful for it, which is why most manufacturers recommend charging it to no more than 80%-90% of its capacity. Using the so-called quick charging stations is especially harmful, as this reduces the battery's life dramatically (the idea is to use them only in emergencies and not on a daily basis). As mentioned above, the large temperature amplitudes also have a negative impact on the battery's life.
Overall, manufacturers offer sufficiently long warranty periods - in the range of eight years (Renault) or 150,000 km. Given that they're driven under normal conditions, most electric cars lose between 5% and 10% of their battery capacity every 50,000 km, so the first owners don't have much to worry about.

10. Is it worth buying a used electric car?
If we exclude Tesla, whose cars are still rather viewed as a fashion statement, most electric cars depreciate much faster than their ICE counterparts. As a result of this, there are plenty of good deals on the used car market - in Germany, for example, a five-year old BMW i3 can be bought for 13,000 to 15,000 euro, while a five-year old Renault Zoe can sell for several thousand euro.
When buying a used electric car, its past maintenance is not as important as the condition of its battery. If the battery must be replaced, the costs can exceed the value of the car itself. The battery condition can be tested both with professional diagnostics and by simply charging it fully and seeing how close the displayed range comes to the factory specifications.



11. Are electric cars cheaper to own?
That's difficult to say, simply because it's unlikely that the current situation will remain the same for long. The electric car's initial price is higher than that of conventional ICE vehicles, but maintenance and fuel costs are lower (very few parts, no oil changes, the brake pads and discs wear off very slowly, etc. That is unless the battery has to be replaced, of course).
The question is whether this will continue in the future. The main revenue of car dealers comes mainly from the post-purchase servicing and not from the sales themselves. They will try to keep these revenues. The other unpredictable factor are taxes. Currently, most countries, especially those in the EU, generate enormous revenues from excise duties on fuels. The governments will have to come up with a way to make up for the loss of this revenue. It remains to be seen whether this will result in higher taxes on EVs or on the electricity itself. There are proposals in both directions.

12. Will electric cars become cheap?
Most analysts believe that the price difference between electric and conventional cars will level out in the near future - sometime between 2025 and 2030, according to different estimates. Unfortunately, this will mostly happen due to the increasing prices of ICE vehicles, instead of electric cars becoming cheaper. The latter's value is supposed to decrease as production increases, but this is countered by the prices of key raw materials, such as copper, cobalt, gallium and nickel, which have been on a constant rise due to the growing demand.
There will be electric cars in the future at affordable prices, but this will be at the expense of the battery, the range and the equipment, as is the case with the Citroen Ami shown here, which only costs 6,000 euro, but has a range of just 70 km and a top speed of 45 km/h. Overall, the trend is for car ownership to become more expensive in the future, which will direct more people towards using public transport. This is among the main, albeit unspoken, goals of the EU's new green policies. ■

ОСИГУРИ СИ БЕЗОБЛАЧНО ВРЕМЕ У ДОМА

ЛЯТНА ПРОМОЦИЯ НА ИМУЩЕСТВЕНА ЗАСТРАХОВКА С ОТСТЪПКА ОТ 45%

Армеец

Винаги с вас!
25 ГОДИНИ

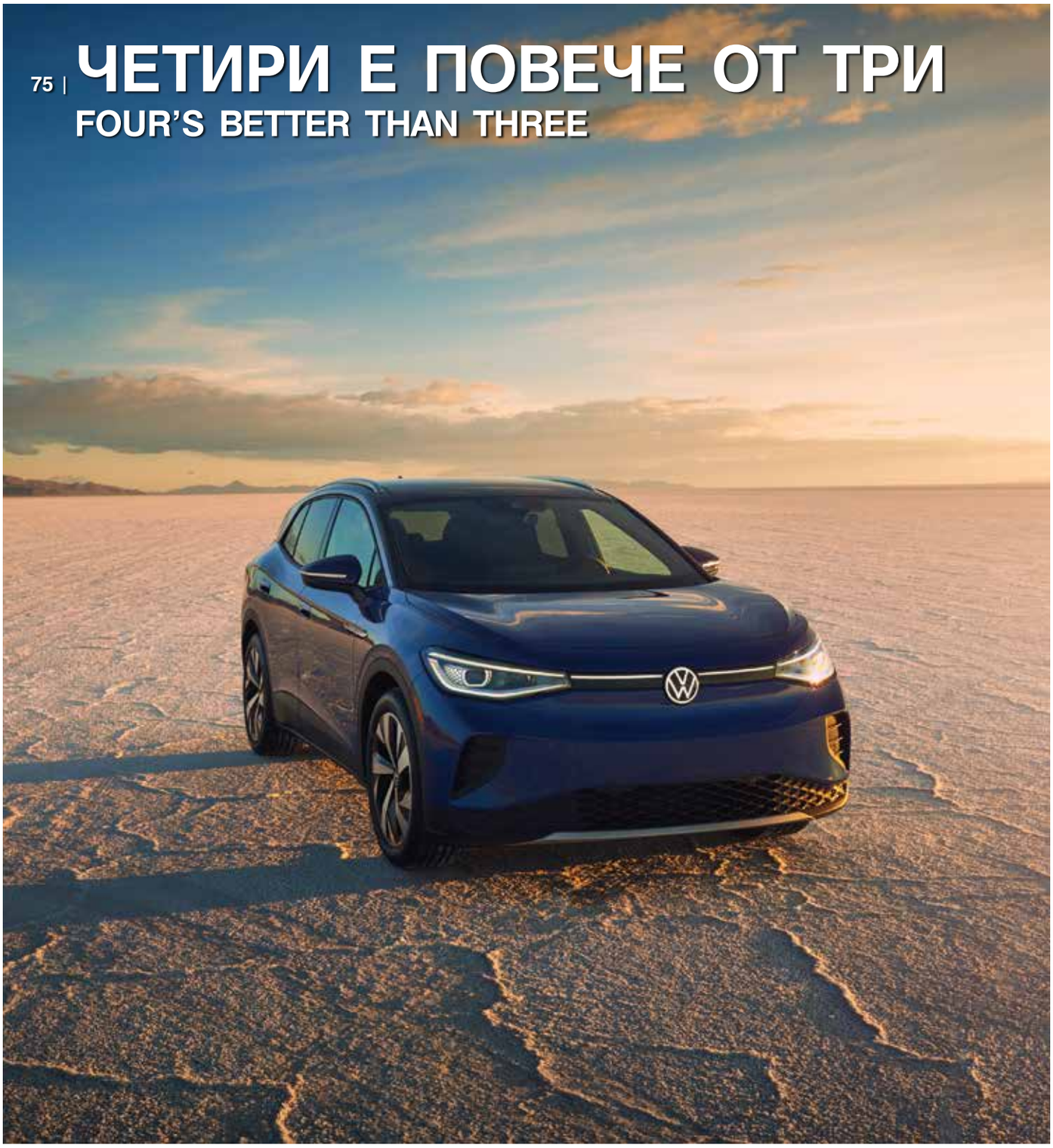
Застраховка „Защитен дом" от ЗАД „Армеец" осигурява пълно застрахователно покритие на движимо и недвижимо имущество срещу:

- Пожар, мълния, експлозия
- Природни бедствия
- Земетресение
- Аварии от ВиК
- Късо съединение и токов удар
- Кражба и грабеж, злоумишлени действия на трети лица (вандализъм)
- Други рискове, в зависимост от конкретните нужди на застрахования.

Застраховка „Защитен дом" е на промоционална лятна цена с 45 % допълнителна отстъпка от 1 юни до 30 септември 2021 г.
За повече информация посетете интернет страницата на дружеството www.armeec.bg
или се обадете на националния ни номер 0700 1 3939,
facebook.com/zad.armeec

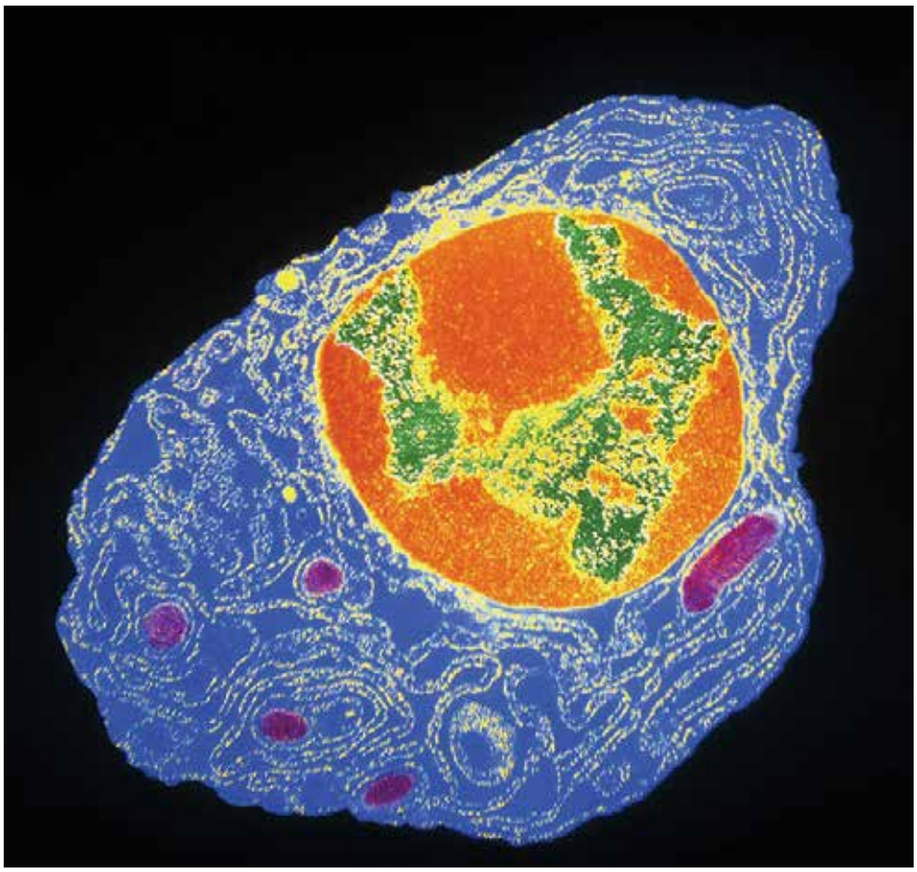
НОВИНИТЕONAIR
темите в баланс
централна емисия 18:30
късна емисия 21:30
ON AIR BULGARIA
www.bgonair.bg

75 | ЧЕТИРИ Е ПОВЕЧЕ ОТ ТРИ
FOUR'S BETTER THAN THREE



64 | КРИЛЕ НА ЖЕЛАНИЕТО
WINGS OF DESIRE

70 | СЛЪНЧЕВО ЗАТЪМНЕНИЕ
SOLAR ECLIPSE



И ЛЕКО ПРЕКАРАН COVID-19 МОЖЕ ДА ДАДЕ ДОЖИВОТНА ЗАЩИТА

Имунитетът, получен след прекарване на вируса, е необикновено продължителен, установиха американски и австралийски учени. Дори хората, които са прекарали Covid-19 съвсем леко и нямат достатъчно антитела, вероятно ще разполагат със защита срещу коронавируса до края на живота си, показват резултатите от изследване на Университета Уошингтън в Сейнт Луис, публикувано в едно от най-престижните научни издания - Nature.

Пациентите, които са се възстановили от леко прекаран Covid, имат костномозъчни плазмени клетки, които са в състояние да произведат нужните антитела дори и десетилетия по-късно - макар че учените предупреждават, че мутациите на вируса може да намалят нивата на защита.

След първоначалната инфекция в организма се появяват клетки, наречени плазмобласти, които са източник на антителата. Но щом вирусът бъде отстранен от тялото, плазмобластите намаляват и се оттеглят. Вместо това т. нар. В-лимфоцити следят кръвта за повторно инфектиране, а плазмените клетки в кръвния мозък са готови да произведат антитела при нужда.

Екипът, воден от клетъчния имунобиолог Али Елебеди, е установил, че при леко преболедувалите антителата спадат рязко в първите четири месеца след инфектирането. Но въпреки това организмът запазва способността си да разпознава характерния протеин на вируса SARS-CoV-2. Това се дължи именно на образувалите се в костния мозък плазмени клетки (BMPC), които съхраняват информацията за вируса. Те са открити при 15 от 18 изследвани пациенти, и броят на тези клетки е стабилен.

Според Елебеди наблюденията показват, че и РНК-ваксината на Pfizer би трябвало да задейства производството на същите клетки. ■

EVEN A MILD CASE OF COVID-19 CAN GIVE PROTECTION FOR LIFE

Immunity from the coronavirus is unusually long-lasting, US and Australian scientists have found. Even people who had a very mild Covid-19 and do not have enough antibodies are likely to have protection for the rest of their lives, according to a study by the Washingtin University in Saint Louis, published in one of the most prestigious scientific journals - Nature.

Patients who have recovered from a mild Covid have bone marrow plasma cells that are able to produce the necessary antibodies even decades later - although scientists warn that mutations in the virus can reduce levels of protection.

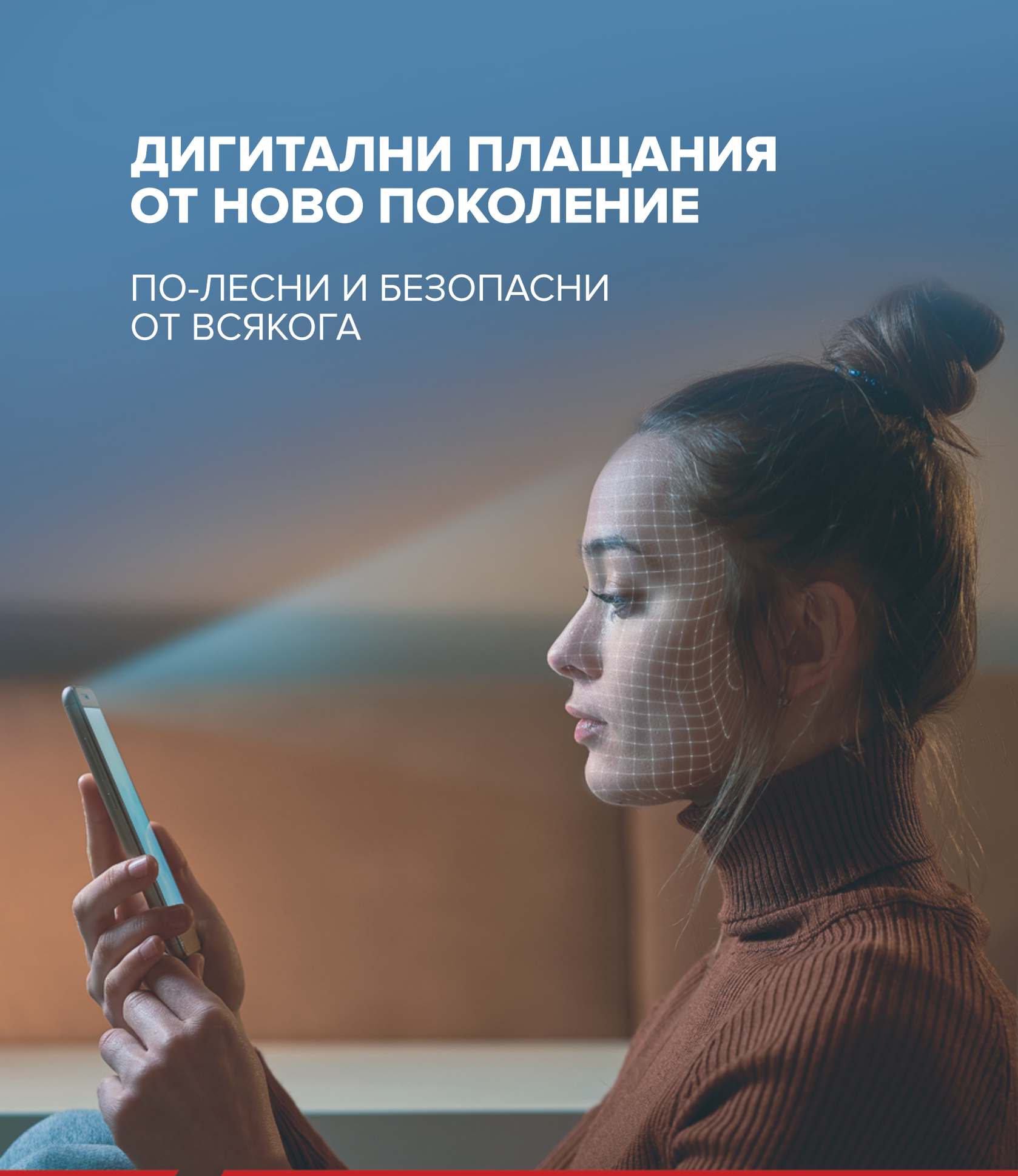
After the initial infection, cells called plasmablasts appear in the body. They are the source of the antibodies. But once the virus is removed from the organism, the plasmablasts start to withdraw. Instead, so-called B-lymphocytes monitor the blood for re-infection, and bone marrow plasma cells are ready to produce antibodies when needed.

The team, led by cell immunobiologist Ali Ellebedi, found that in those who were slightly ill, the antibodies dropped sharply in the first four months after infection. However, the body retains its ability to recognize the characteristic protein of the SARS-CoV-2 virus. This is due to the formation of plasma cells (BMPCs) in the bone marrow, which store information about the virus. They were found in 15 of the 18 patients studied, and the number of these cells was stable.

According to Ellebedi, observations show that Pfizer's RNA vaccine should trigger the production of the same cells. ■

ДИГИТАЛНИ ПЛАЩАНИЯ ОТ НОВО ПОКОЛЕНИЕ

ПО-ЛЕСНИ И БЕЗОПАСНИ ОТ ВСЯКОГА



30 ГОДИНИ

Централна Кооперативна Банка
Важният си ти.

mastercard.
ID Check

ОКОЛО СВЕТА С БАЛОН

Преди да се състезава с Джеф Безос за първенство в космоса, Ричард Брансън участваше в друга, още по-смела надпревара - и загуби

Текст КАЛИН АНГЕЛОВ / Фотография АРХИВ

Някога космическата надпревара беше между политическите суперсили. Днес е между супербогаташите. Напълно е възможно, когато четете тази статия на борда на самолета през юли, вече да има победител в голямото състезание между Джеф Безос и Ричард Брансън. Целта и на двамата предприемачи е да станат пионери в космическия туризъм - съответно чрез компаниите Blue Origin и Virgin Galactic. Полетът на Безос с Blue Origin бе планиран за 20 юли, но в последния момент Брансън пренасрочи своя опит за 11 юли.
Каквато и да е развръзката, поводът е удобен да си спомним едно друго голямо състезание, в което участваха Брансън и още двама смели авантюристи. Ето историята на първата обиколка на Земята с балон .

ОЩЕ ЖУЛ ВЕРН ГО БЕШЕ ПРЕДРЕКЪЛ: че един ден човекът ще може да обиколи земното кълбо, придвижван единствено от прищевките на ветровете. Но над 100 години трябваше да минат, преди смелата му идея да се осъществи. Непрекъснатият околосветски полет с балон дълго бе смятан за нещо невъзможно. Докато накрая през 1999 година един швейцарски психиатър не го извърши.

ЯНУАРИ 1997. ТРИ ЕКИПА В ТРИ РАЗЛИЧНИ ТОЧКИ НА СВЕТА се готвят едновременно да атакуват последното голямо предизвикателство в аеронавтиката - обиколка на планетата с балон и без спирания. Приключение, което подлага на проверка и научната прозорливост, и индивидуалната храброст на всеки от участниците.
"Това е една от последните граници, които човекът още не е пресякъл. Никое друго приключение не може да го засенчи", обяснява Ричард Брансън час преди старта на "Глобал Чалънджър". След серия разочарования британският мюлтимилионер този път твърдо е решил да се справи и за целта е построил най-големия балон, виждан някога. Няма и как да е иначе, като се има предвид какъв товар трябва да носи. Брансън и партньорът му Пер Линдстранд, които вече са натрупали опит от полетите над Атлантика и Пасифика, този път са се спрели на сферична херметична капсула, откровено взаимствана от космическите технологии. От външната ѝ страна са окачени шест гигантски бутилки, всяка тежаща по един тон. Те са пълни с пропан - горивото, което не само подгрява въздуха в балона, но захранва двигателите, които ще компресират разредения въздух и ще поддържат живота на екипажа. Никога до този момент балон с такъв товар не е успявал да се отдели от прегръдката на земята. Никой не знае как ще се държи подобно чудовище във въздуха. Общият обем на "Глобал Челънджър" е почти 350 000 кубични метра - двойно по-голям от този на швейцарския "Брайтлинг Орбитър" и с цели четири пъти надвишаващ размерите на балона на Стив Фосет. ▶

В ШВЕЙЦАРИЯ ТИМЪТ НА БЕРТРАН ПИКАР се стяга за старт благодарение на субсидията от 2 милиона долара, отпусната от производителя на часовници "Брайтлинг". Самият Пикар е психиатър - не много характерна за авантюристите професия - но произхожда от невероятно семейство. Дядо му Огюст е първият човек, издигнал се с балон до стратосферата (1931). Баща му Жак пък дълги години държи рекорда за дълбоководно гмуркане. "При такова семейство нямаше как да не развия вкус към приключенията", признава Бертран. В потвърждение на това той се решава на смел ход - да замени с керосин традиционния пропан за захранване на горелките. Керосинът, който при нормални температури е течен, може да се превозва в леки гумени цистерни, разположени и отвън, и вътре в капсулата. Олекотена до крайност е и самата капсула, изработена от въглеродни влакна. Благодарение на по-малкия си товар "Орбитър" е и с много по-скромни размери от "Върджин". И по-лек за управление, надяват се пилотите мю.

НАЙ-СМЕЛИЯТ (ИЛИ БЕЗРАЗСЪДЕН) ЕКИПАЖ трябва да отлети от бейзболния стадион в Сейнт Луис, щата Мисури. Чикагският бизнесмен Стив Фосет хвърля над 300 000 долара собствени пари за най-простичкия и икономичен проект. Той смята да обиколи света съвсем сам, затворен в капсулата в продължение на поне 3 седмици."Захванах се с тази работа с една-единствена цел - да стана първият човек, обиколил света с балон", признава си Фосет. За разлика от другите неговата капсула не е херметична и го принуждава да лети на много по-малка височина.

Иначе дизайнът и на трите балона е сходен. Това е така нареченият тип "Дьо Розие", на името на французина, който пръв го използвал в ранните дни на въздухоплаването. Още през 1783 година Пилатр Дьо Розие успял да се издигне над Париж балон, направен от хартия. Принципът бил прост: горещият въздух се издига. Остава само да хванеш горещия въздух в торба, и вече имаш готов балон. Само че първите балони рядко издържали дълго във въздуха. Поради малката им товароподемност те можели да носят ограничен запас гориво, с което да подгряват въздуха. След привършването на горивото падали.

Най-доброто решение било да се използва газ, по-лек от въздуха - а именно водород. Той нямал нужда от подгряване. Дьо Розие бил силно вдъхновен от идеята и направил опит да прекоси Ламанша с водороден балон. Искрица от горелката му обаче възпламенила газа. Така първият човек, полетял свободно, станал и първият, загинал във въздуха.

МОДЕРНИТЕ БАЛОНИ ИМАТ ЕДНА СЪЩЕСТВЕНА ОТЛИКА от апаратите на Дьо Розие - вместо опасния водород те използват инертния хелий. Под сферата с хелий има въздух, който именно се подгрява от горелките. Загретият въздух предава топлината на хелия и на свой ред го разширява, с което повишава и подемната му сила.

> "Ако се случи критична ситуация, няма как да се измъкнем. Просто ще се размажем в земята", мрачно прогнозира Линдстранд

Балоните са готови и остава само да се изчакат подходящите ветрове. Щастието се усмихва първо на Брансън, който е избрал за старта мароканския град Маракеш. "Глобал Чалънджър" излита без всякакви усложнения и леко достига планираната височина от 10 000 метра. Именно там обаче тримата пилоти - Брансън, Линдстранд и Ричи - правят доста неприятно откритие. Колегите им на земята са забравили да освободят заключващите механизми на еднотонните бутилки пропан и сега те не могат да се използват като баласт. "Ако се случи критична ситюация, няма как да се измъкнем. Просто ще се размажем в земята", мрачно прогнозира Линдстранд.

КРИТИЧНАТА СИТУАЦИЯ НЕ ЗАКЪСНЯВА - оказва се, че изчисленията, базирани на по-малки балони, са подвели тримата летци. С настъпването на нощта хелият в балона започва да изстива и нагревателите не могат да компенсират това. Балонът започва да губи бързо височина, а не могат да се отърват и от баласта. Тримата започват панически да изхвърлят всичко, което им попадне - вода, храна, комуникационни прибори. Това не помага и Ричи решава да прибегне до отчаяно средство - покатерва се на покрива на капсулата и се мъчи ръчно да освободи газовите бутилки. Има на разположение три минути, преди балонът да се разбие. "Беше абсолютна тъмница и не виждах нищо, което е добре. Иначе щях да умра от страх", признава по-късно Ричи. Той все пак успява да освободи две и да предотврати катастрофата, но по-нататъшният полет е невъзможен. "Чалънджър" се приземява в Алжирската пустиня, изминал едва 600 километра.

В СЕЙНТ ЛУИС ФОСЕТ ИМА ПО-ГОЛЯМ КЪСМЕТ, стартира спокойно и с добра скорост тръгва над Атлантика. За сметка на това обаче отказват нагревателите му и той прекарва нощите в температури от порядъка на минус 30 градюса. Не може да спи от студ и по цяла нощ чете "Война и мир". За да пести батериите, се отказва от радиовръзка и използва само електронна поща, за да се свързва със земята. "В такава пълна тишина дори писмените съобщения започват да звучат с глас в главата ти", споделя по-късно Фосет. Късметът го напуска малко преди да достигне Африка. Вятърът се обръща и го понася към Либия. Приятелите на Стив се мъчат отчаяно да получат от либийците разрешение за навлизане във въздушната им територия, но едва след намесата на Ричард Брансън на Фосет е разрешено да премине над страната. Над Индия пък го застига буря и го принуждава да смени курса. Преуморенията и недоспал Фосет се отказва и започва маневра за приземяване. Успял е обаче да подобри рекорда за най-дълъг полет (15 800 км).

Подобно на Брансън, и Бертран Пикар е провален в първия си опит от наземните "помощници". Те са забравили да затегнат една връзка и с намаляването на налягането керосинът започва да изтича на пода. Балонът лети със стотина километра в час към Африка, когато екипажът открива теча.

"ВИДЯХМЕ НЯКАКВА ТЕЧНОСТ ПО ПОДА, отначало мислех, че е разтопен сняг. После разбрахме, че е керосин. Бяхме страшно изплашени", спомня си Пикар. Изпаренията изгарят и дробовете, и очите им, а освен това нямат никаква възможност да установят откъде изтича горивото, затова решават да прекъснат полета и кацат в Средиземно море, на юг от Кан. Но Пикар и партньорите му от "Брайтлинг" не се отчайват и през 1998 стартира "Орбитър II". Всичко върви по мед и масло и екипът подобрява рекорда за най-продължителен полет, но китайските власти отказва да го допуснат във въздушното си пространство и Пикар е принуден да кацне в Мианмар. Нищо обаче не може да отклони швейцареца от набелязаната цел: на 1 март 1999 "Орбитър III" излита от Шато Д'Екс, Швейцария, а на 21 март се приземява в египетската пустиня, след като е обиколил цялото земно кълбо без нито едно спиране. Днес капсулата, в която е извършено историческото пътуване, е изложена в мюзея "Смитсонийн" във Вашингтон редом с легендарния самолет на Чарлз Линдберг и с "Аполо 11". ■

AROUND THE WORLD WITH A BALLOON

Before competing with Jeff Bezos in the space championship, Richard Branson took part in another, even more daring race - and lost it.

By KALIN ANGELOV / Photography ARCHIVE

In the past, space competition race was held between the political superpowers. Today, it happens among the super-rich guys. It is quite possible, when reading this article on the board of a plane in July, to have the winner in the big race between Jeff Bezos and Richard Branson already declared. The goal of both entrepreneurs is to become pioneers in space tourism - through the companies Blue Origin and Virgin Galactic, respectively. Bezos' flight with Blue Origin was scheduled for July 20, but at the eleventh hour Branson rescheduled his test flight for July 11.

Whatever the outcome, it is quite a becoming occasion to recall another great race in which Branson and two other brave adventurers took part. Here is the story of how the first successful transatlantic crossing in a hot air balloon entered the history books.

IT WAS PREDICTED DECADES EARLIER BY JULES VERNE: one day, he imagined, man would be able to fly around the globe, being pushed along by the winds alone. But more than 100 years had to pass for this bold dream to become reality. For a very long time uninterrupted hot air balloon flight around the world was deemed impossible. Until 1999, when a Swiss psychiatrist did it, setting the longest ever flight.

JANUARY 1997. THREE TEAMS IN THREE DIFFERENT PARTS OF THE WORLD were simultaneously preparing to attack the latest major aeronautical challenge - fly a hot-air balloon non-stop around the world. An adventure challenging both the scientific foresight and the individual courage of each participant.

"This is one of the last boundaries man has not yet crossed. There is no other escapade that can surpass this adventure," explained Richard Branson an hour before the launch of Global Challenger. Failing in the exploit a couple of dissapointing times, the British multimillionaire was this time determined to triumph, building for the purpose the largest balloon structure ever seen. As it had to be, having in mind the weight it was going to carry. Branson and his partner Per Lindstrand, having gained their experience flying over the Atlantic and Pacific, had this time opted for a spherical hermetic capsule, undoubtably borrowed from the space technologies. There were six giant bottles hooked on the outside of the structure, each one weighing a ton. The bottles were filled with propane – which would not only heat the air in the balloon, but also fuel the engines that compress the diluted air and sustain the life of the crew. Never before had a balloon of such load been able to pull itself from the embrace of the earth. No one could predict how this monster would behave once in the air. Global Challenger's total mass was almost 350,000 cubic meters - twice the size of the Swiss "Breitling Orbiter" and four times the size of Steve Fossett's balloon.

IN SWITZERLAND, BERTRAND PICCARD'S TEAM was getting started thanks to a $ 2 million grant from the Swiss watchmaker and business Leon Breitling. Piccard was a practicing psychiatrist - not a very adventurous profession - but he came from quite an extraordinary family. His grandfather Auguste was the first man to reach the stratosphere by balloon (1931). His father Jacques, on the other ▶

hand, held the record for deep diving for many many years. "With such a family background, I couldn't help but develop a taste for adventure," admited Bertrand. Living up to his words, he took a bold step forward and replaced the propane, commonly used for fueling the burners until then, with kerosene. Kerosene, liquid at normal temperatures, could be transported in light rubber tanks located both outside and inside the capsule. The capsule alone, made of carbon fiber, was extremely lightweight. Because of its smaller load, Orbiter's measurements were considerably less ambitious than the size of Virgin. And much easier to drive, his pilots hoped.

THE BRAVEST (OR MOST RECKLESS) CREW had to take off from the baseball stadium in St. Louis, Missouri. Chicago businessman Steve Fossett launched over $ 300,000 of his own money into the most simple and economic project. He had plans of travelling the world all alone, locked in a capsule, for at least 3 weeks. "I set working on it with this single goal in mind - be the first man to travel the world in a balloon," Fossett confessed. Unlike the rest of the capsules, his was not hermetic and limited the flight to much lower altitudes.

Apart from the above, the design of all three hot-air balloons was similar. It followed the so-called "de Rosie" type, named after the Frenchman who first used it in the early days of aviation. As early as 1783, Pilatre de Rosier succeeding in rising above Paris a balloon made of paper. The principle was simple: hot air rises. All you had to do is catch the hot air in a bag, and there you were – you had a balloon. The first balloons, however, rarely lasted in the air for too long. Because of their low weight, they could carry a limited supply of fuel to heat the air. Running out of fuel, they would fall to the earth.

So, the best solution was to use a gas, lighter than the air – hydrogen, as it didn't need warming up. De Rosie was deeply impressed with the idea and attempted to cross the English Channel by a hydrogen-filled balloon. Accidentally, however, a spark from his burner ignited the gas, marking the first man who attempted to fly with the wind also as the first one to perish in the air.

MODERN BALLOONS DIFFER IN ONE SIGNIFICANT ASPECT from de Rosie's devices - instead of the dangerous hydrogen, they use the inert helium. There is air under the helium sphere, which is heated by the burners. The heated air transfers the heat to the helium, expanding it in its turn and increasesing its lifting force.

The balloons were all ready, waiting for the right winds. Branson, who had chosen the Moroccan city of Marrakech for the start, was the first to have fortune on his side. "Global

Пикар и Брансън / Piccard and Branson

Challenger" took off without any difficulties and easily reached the planned altitude of 10,000 meters. It was exactly at that altitude, however, that the three pilots - Branson, Lindstrand and Richie - made a rather unpleasant discovery. Their colleagues on the ground had forgotten to release the locking mechanisms of the one-tonne propane bottles, making them useless as ballast. "If a critical situation occurred, there would be no way out. We would simply be crushed onto the ground," Lindstrand grimly speculated.

IT DIDN'T TAKE LONG FOR THE CRITICAL SITUATION TO OCCUR - it turned out that the calculations, grounded on calculation on smaller balloons, had misled the three pilots. With the night falling, the helium in the balloon began to cool and the heaters didn't have the capacity to compensate the cooling. The balloon was beginnning to lose height real quickly and at the same time it was impossible to get rid of the ballast. The three of them started throwing away everything they could get their hands on - water, food, communication devices. Seeing his wasn't helpiing, Richie decided to make a desperate move - he climbed ontop the capsule and tried to release the gas cylinders with his hands. He had three minutes at his hands before the bubble burst. "It was darn dark and I couldn't see a thing, which was good. Otherwise I would have died of fear," Richie later addmitted. He still managed to release two of the bottles and prevent the crash, but it was impossible to continue the flight. The Challenger landed in the Algerian desert after only 600 kilometers.

FOSSETT IN ST. LOUIS HAD GREATER LUCK, taking off without problems and heading to the Atlantic at a good speed. However, his heaters refused and he spent the nights at temperatures of about minus 30 degrees. He couldn't sleep because of the cold and would read "War and Peace" all night. In order to save the power of the batteries, he gave up radio communication and used only e-mail to connect to the ground. "In such a

complete silence, even written messages begin to sound in your head," Fawcett later said. Luck betrayed him shortly before he reached Africa. The wind turned its direction and blew him away to Libya. Steve's friends were desperately trying to get permission from the Libyans to enter their airspace, but only after Richard Branson's interference was Fossett allowed to cross the country. While flying over India he was caught in the middle of a storm and forced to change course. Exhausted and sleepridden, Fossett gave up and began a landing maneuver. He did, however, manage to improve the longest flight record (15,800 km).

Just like Branson, Bertrand Piccard, too, was failed in his first attempt by his ground "helpers." They had forgotten to tighten a connection and while the pressure decreasing, the kerosene began to leak to the floor. The balloon was flying at a hundred kilometers per hour to Africa when the crew detected the leak.

"WE SAW SOME KIND OF LIQUID ON THE FLOOR, an at first I thought it was melted snow. Then we realized it was kerosene. We were terribly scared," Piccard recalled. The fumes burned both their lungs and eyes, and having no way of finding out where the fuel was coming from, they decided to interrupt their flight and land in the Mediterranean Sea, south of Cannes. But Piccard and his Breitling partners did not despair, and in 1998 launched Orbiter II. Everything was going as smooth as butter and the team was breaking the record for the longest flight, when the Chinese authorities refused to allow them enter their airspace and forced Piccard to land in Myanmar. Nothing could however distract the Swiss from his set goal: on March 1, 1999, "Orbiter III" took off from Chateau d'Ex, Switzerland, and on March 21 landed in the Egyptian desert, after circling the globe without stopping. Today the capsule in which the historic journey took place is on display at the Smithsonian Museum in Washington, DC, right next to Charles Lindbergh's legendary plane and Apollo 11. ■

interlogistica®
www.interlogistica.bg

Надеждни куриерски услуги
за страната и чужбина

Доставяме пратки навсякъде
в България на следващия
работен ден, за по-малките
населени места - по график.

Заедно с **GLS** доставяме колетни
пратки навсякъде в Европа.

GLS
Network Partner

за заявки и запитвания:
office@interlogistica.bg | 0700 12 144

КРИЛЕ НА ЖЕЛАНИЕТО

WINGS OF DESIRE

Над 2400 фотографи участваха в тазгодишното издание на Audubon Photography Awards. Конкурсът се организира от Националното дружество Одюбон в САЩ - една от най-старите организации, посветени на опазването на птиците.

More than 2,400 photographers have entered this year's edition of Audubon Photography Awards - a competition held by The National Audubon Society, one of the world's oldest organizations dedicated to conservation of birds

All images courtesy by Audubon Photography Awards 2021

Голямата награда: Голяма земна кукувица (Geococcyx californianus), снимка на Каролина Фрейзър
Grand Prize: Greater Roadrunner. Photo: Carolina Fraser

Канадски гъски. Снимка: Джозая Лаунстийн
Canada Goose. Photo: Josiah Launstein

Колибрито на Ана (Calypte anna) и стъбло папур.
Снимка: Карен Бойър Гайтън
Anna's Hummingbird and cattail. Photo: Karen Boyer Guyton

Колибри на Ана, снимка: Патрик Къфлин
Anna's Hummingbird. Photo: Patrick Coughlin

Морски пясъчник (Calidris maritima), фотография Арав Каригатам
Purple Sandpiper. Photo: Arav Karighattam

Червеноопашат мишелов, снимка Стив Джесмор
Red-tailed Hawk. Photo: Steve Jessmore

Северен хариер (Circus hudsonius), снимка Елизабет Ичен Шен
Northern Harrier. Photo: Elizabeth Yicheng Shen

Наградата при професионалистите: Червен северен кардинал, снимка Стив Джесмор
Professional Award Winner: Northern Cardinal, by Steve Jessmore

Сокол-скитник, от Том Инграм
Peregrine Falcon. Photo: Tom Ingram

Наградата при любителите: Канадски жерав с малкото си, снимка Робин Юлъри
Amateur Award Winner: Sandhill Cranes, by Robin Ulery

ИЗБЕРИ **ПОАД „ЦКБ-СИЛА“:**

ПЪРВОТО РЕГИСТРИРАНО В БЪЛГАРИЯ ПЕНСИОННООСИГУРИТЕЛНО ДРУЖЕСТВО ПРЕЗ ФЕВРУАРИ 1994 Г.

КЪМ 31.03.2021 Г. – С НАД 414 ХИЛЯДИ КЛИЕНТИ И НАД 1,6 МИЛИАРДА ЛВ. УПРАВЛЯВАНИ НЕТНИ АКТИВИ В ПЕНСИОННИТЕ ФОНДОВЕ (ДАННИ НА КФН: WWW.FSC.BG).

ИЗПЛАЩА ПЕНСИИ ОТ ДОБРОВОЛЕН ПЕНСИОНЕН ФОНД ОТ МАРТ 1996 Г.,

ОТ 2019 Г. ИЗПЛАЩА ПЕНСИИ ОТ ПРОФЕСИОНАЛЕН ПЕНСИОНЕН ФОНД.

**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; www.ccb-sila.com

СЛЪНЧЕВО ЗАТЪМНЕНИЕ

Енергията от звездата ни стига една Tesla да се движи постоянно със 100 км/ч без друго зареждане. Но за жалост само на теория

Защо колите ни не се зареждат от слънцето? Това е много логичен въпрос: нашата звезда осигурява на планетата неограничена и напълно незамърсяваща околната ни среда енергия - и ще продължи да го прави поне още 50 милиарда години. Но въпреки това всички автомобилни производители в момента работят или върху електромобили с батерии, зареждащи се от електрическата мрежа, или върху водородни горивни клетки. Защо всички пренебрегват най-щедрия източник на енергия, с който разполага Земята?

ВСЪЩНОСТ ИМА МНОГО ДОБРА ПРИЧИНА, както обяснява Джейсън Фенске, популярният създател на влога Engeneering Explained, в последното си видео. Просто няма как сметката със слънчевата енергия да излезе.

На теория нещата могат да звучат и доста атрактивно. Ако вземем средното количество енергия, което получава Земята от Слънцето, и я разделим на площта, се получават около 1.36 киловата на квадратен метър. Това значи, че автомобил с размерите на Tesla Model 3 би получавал 12 киловата - напълно достатъчно, за да се движи с около 100 км/м, без никога да се налага да го зареждате.

НО В РЕАЛНИЯ СВЯТ ИМА И ДРУГИ ФАКТОРИ. Първо, Слънцето грее само денем, при ясно време, и пикът в греенето продължава само няколко часа по пладне. Второ, от цялата енергия, получавана от Земята, голяма част се отразява или поглъща от атмосферата, и само около 55% достигат до повърхността. А има и чисто технологични препятствия. Първо, колата няма как цялата да се състои от соларни панели - тя трябва да има прозорци, номера, светлини и така нататък. И второ, дори фотоволтаичният панел да работи с максималната теоретично възможна ефективност, пак ще е в състояние да превръща в електричество не повече от 33.7% от уловената слънчева енергия. Добавете към това и загубите при зареждане на батериите и от КПД на електромотора, което далеч не е 100%, и остава твърде скромно количество енергия. По сметките на Фенске то би стигнало колата да се движи с едва 18 км/ч, и то без да се отчита енергията, нужна за ускоряване след спиране.

ЕСТЕСТВЕНО, ПОЛУЧВАНАТА ОТ СЛЪНЦЕТО ЕНЕРГИЯ би могла да се акумулира и докато автомобилът не се движи. Но няма да е особено бързо - за зареждането на една 75-киловатчасова батерия като при стандартната Tesla Model 3 ще са нужни към 200 часа, или над осем дни. И то при съвършените соларни панели и при перфектно време. ■

Текст КАЛИН АНГЕЛОВ / Фотография SHUTTERSTOCK

MORE SUN & MORE FUN

STS. CONSTANTINE AND HELENA RESORT #MOREBEACHRESTAURANT

MORE
beach restaurant

*ЛЮКСОВОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО *ДВУХ- И ТРЕХКОМНАТНЫЕ КВАРТИРЫ С ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ПЛАНИРОВКОЙ *ОТЛИЧНАЯ ИНВЕСТИЦИЯ *ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ С БОЛЬШИМ ОПЫТОМ И ОТЛИЧНОЙ РЕПУТАЦИЕЙ

*LUXURY CONSTRUCTION *ONE - AND TWO - BEDROOM APARTMENTS WITH FUNCTIONAL DISPOSITION *EXCELLENT INVESTMENT *INVESTMENT CONSTRUCTION COMPANY WITH EXPERIENCE AND A GREAT REPUTATION

MY-HOME.BG **+359 888 323432**

Solar eclipse

The energy from our star is enough to keep a Tesla going at 100 km/h without any other charge. But unfortunately only in theory

By KALIN ANGELOV / Photography SHUTTERSTOCK

The Tokai Challenger, which won the big solar car race in 2009 by covering 2,998 km at an average speed of 100.5 km/h. But you'd hardly call it a practical family car

The Dutch Lightyear One, which is due to go into production this year, has 5 sq. m. of photovoltaic panels capable of adding up to 50-65 km of range in a sunny day. But the main energy in the battery still comes from the grid

Why don't our cars charge from the Sun? It's a very logical question: our star provides the planet with unlimited and completely pollution-free energy - and will continue to do so for at least another 50 billion years. Yet all car manufacturers are currently working on either electric cars with batteries charged from the grid or hydrogen fuel cells. Why is everyone ignoring the most generous source of energy the Earth has?

There's actually a very good reason, as Jason Fenske, the popular creator of the Engineering Explained vlog, explains in his latest video. There's just no way the solar bill is going to come up.
In theory, things could also sound pretty attractive. If you take the average amount of energy the Earth receives from the Sun and divide it by the area, you get about 1.36 kilowatts per square metre. That means a car the size of a Tesla Model 3 would get 12 kilowatts - quite enough to drive at about 100 km/h without ever having to charge it.

But in the real world, there are other factors. First, the Sun only shines during the day, in clear weather, and the peak in shining only lasts a few hours at midday. Second, of all the energy received by the Earth, much is reflected or absorbed by the atmosphere, and only about 55% reaches the surface. And there are purely technological obstacles. First, a car can't be made entirely of solar panels - it has to have windows, license plates, lights, and so on. And second, even if the PV panel were operating at the maximum theoretically possible efficiency, it would still be able to convert no more than 33.7% of the captured solar energy into electricity. Add to that the losses in battery charging and from the efficiency of the electric motor, which is far from 100%, and that leaves a very modest amount of energy. By Fenske's reckoning, it would be enough to get the car moving at just 18 km/h, and that's without taking into account the energy needed to accelerate after braking.

Naturally, the energy obtained from the Sun could also be stored while the car is not moving. But it wouldn't be particularly fast - it would take around 200 hours, or over eight days, to charge a 75-kilowatt-hour battery like a standard Tesla Model 3. And that's with perfect solar panels and perfect weather. ■

Mobile

НАВСЯКЪДЕ С *ТЕБ*

GET IT ON Google Play

Download on the App Store

EXPLORE IT ON AppGallery

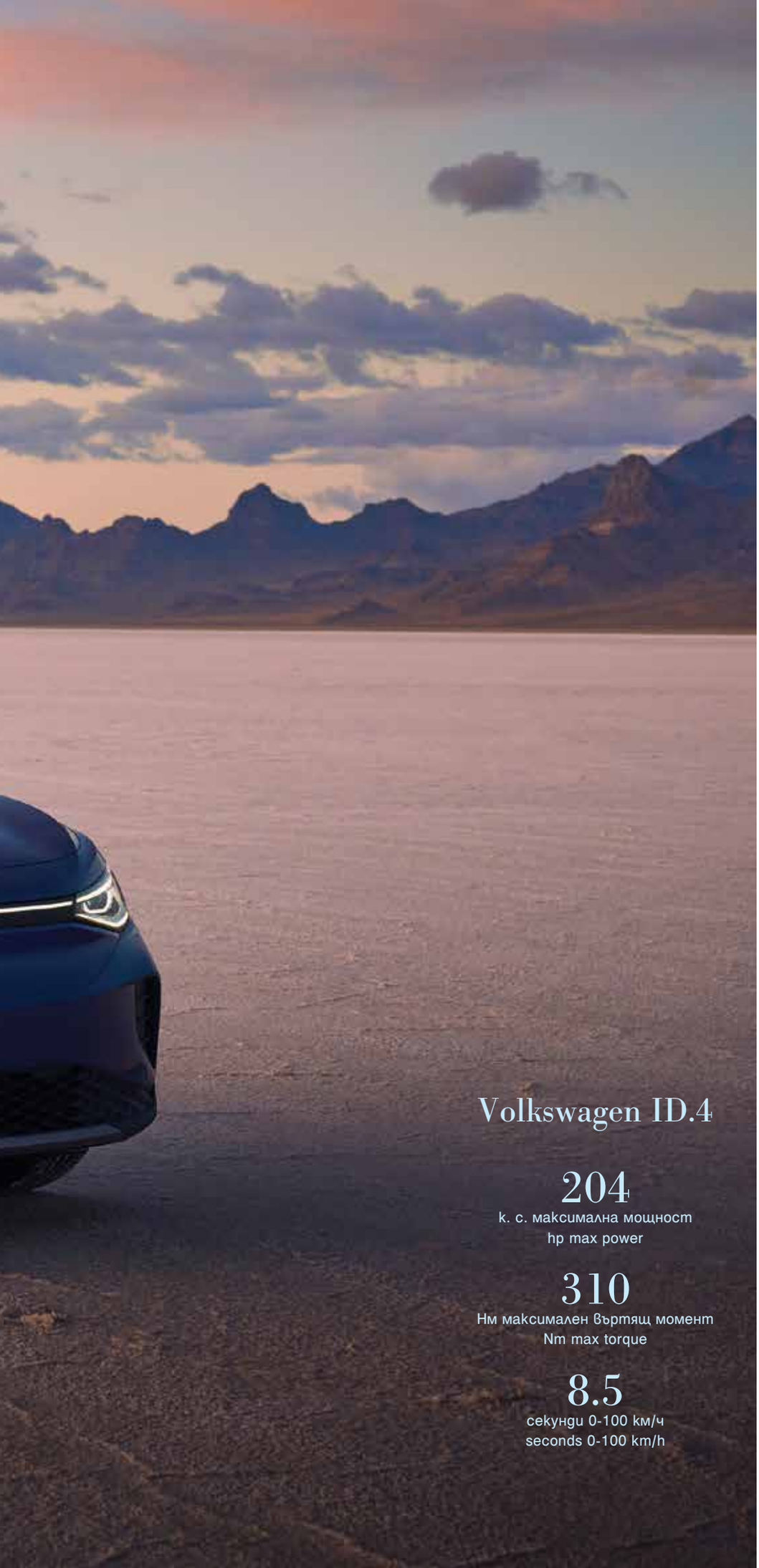
Централна Кооперативна Банка
Важният си ти.

*5050
www.ccbank.bg

ЧЕТИРИ Е ПОВЕЧЕ ОТ ТРИ

ID.4, вторият чисто електрически модел на Volkswagen, е отчетливо по-амбициозен от първия

Текст КОНСТАНТИН ТОМОВ / Фотография КОЛЕЛА



Volkswagen ID.4

204
к. с. максимална мощност
hp max power

310
Нм максимален въртящ момент
Nm max torque

8.5
секунди 0-100 км/ч
seconds 0-100 km/h

Това на снимката е - ни повече, ни по-малко - най-важният модел на Volkswagen, още откакто излезе първият Golf преди почти половин век.

РАЗБИРА СЕ, НАПЪЛНО ВЪЗМОЖНО Е ДА СМЕ ВИ КАЗАЛИ нещо подобно и миналата година, когато тествахме ID.3. Но тази кола е още по-важна. ID.3 беше моделът, който да покаже бъдещето - новото електрическо начало за Volkswagen.
ID.4 е колата, която трябва да носи печалбите в това бъдеще.
Защо четворката е по-съществена от тройката ли? Първо, защото е кросоувър, а бъдещето принадлежи именно на тях, напук на екологията. И второ, защото за разлика от ID.3 това е глобален модел, който ще се произвежда на три различни континента и трябва не само да укрепи доминацията на Volkswagen в Китай, но и най-после да отвори за германците толкова отдавна лелеяния американски пазар.
Нуждата да се хареса на всички от Хюстън до Урумчи си има и цена: дизайнът. ID.4 е приятен за окото, с хармонични пропорции и достатъчно различен от конвенционалните модели, за да става ясно от пръв поглед, че е електромобил. Но някак си е лишен от дързост.

ОТ ДРУГА СТРАНА, ИНТЕРИОРЪТ НАПЪЛНО КОМПЕНСИРА. Години наред ни обещаваха, че електромобилите ще позволяват съвсем различно вътрешно пространство. Ето най-после един, който изпълнява обещанието. Е, няма диван и аквариум с рибки, а добре познатите гледащи напред седалки и волан. Но почти нищо освен тях. Приборите, повечето бутони и дори скоростният лост са монтирани върху конзолата на волана, и се местят с него. Необичайно е, но и доста удобно. И оставя необикновено много място за вас самите. ID.4 е с размерите на компактен кросоувър, но пространството вътре е като в автомобил от по-голям клас. Задната седалка е мъничко повдигната заради батерията в пода, и пак си остава удобна и за високи хора. Багажникът побира внушителните 543 литра.
Материалите вътре са приятни на допир, седалките са комфортни, а пробягващата под предното стъкло светлина, с която колата сякаш общува с вас, е ▶

▶ симпатично решение.
Не толкова симпатична е обаче фанатичната обсебеност на Volkswagen от сензорните повърхности. Всичко се управлява с такива сензорни бутони - звукът на аудиосистемата, климатикът, сенникът на стъкления покрив. Даже задните стъкла си нямат свои отделни бутони, а ползват тези за предните, след като докоснете сензора за превключване. Честно казано, ползата от тази промяна напълно ни убягва.
Информационната система е с хубава графика и предостатъчно функции. Но управлението им е всичко друго, само не и интуитивно. Простото включване на климатика ни отне пет минути и десетина опита. Разбира се, когато си купите колата, бързо ще свикнете и няма да ви прави впечатление. Някои недомислия ще бъдат коригирани и с редовните дистанционни ъпдейти, които Volkswagen обеща да прави на всеки два месеца.

ПРЕДПОЛАГАМЕ, ЧЕ ВЕЧЕ НЯМАТЕ ТЪРПЕНИЕ да стигнем до най-важния въпрос: за обхвата. ID.4 се предлага с два различни размера на батерията. По-малката, с използваем капацитет 52 киловатчаса, е достатъчна за 346 километра пробег по WLTP. По-голямата, която тестваме ние, е 77 киловатчаса и според брошурата минава между 478 и 524 километра. Но какво означава това в истинския свят?
В първия ден от теста минахме малко над 150 км от София до Белчин, после до Самоков и обратно до София: разнообразен път с планински изкачвания, завои, спирания и резки ускорения. На финала ни оставаше заряд за още 275 км, което е много добър показател. Но на другия ден дойде време за най-голямото изпитание за всеки електромобил. Магистралата.
Магистралните скорости са убийствени за обхвата на електрическите коли. Ние искаме да отидем от София до Пловдив и после да се върнем, без да внимаваме излишно с газта. През нощта сме заредили батерията и на тръгване компютърът показва 419 километра обхват. По пътя поддържаме средна скорост 130 километра в час, с изключените на десетината минути под проливен дъжд. До Пазарджик сме изминали 90 километра, а обхватът е намалял само с 60 - добър знак.

ВПРОЧЕМ ТУК Е МОМЕНТЪТ ДА ПОГОВОРИМ МАЛКО ЗА ПАРИ. Това, което направихме предната вечер, е да извадим един кабел от багажника, да го закачим за стенното зарядно и за колата, и после да заключим колата.
Отне по-малко от минута. И в замяна на това чутовно усилие на сутринта имахме 420 километра обхват. На цена, при сегашната нощна тарифа на CEZ, около 12 лева. Аналогичен бензинов автомобил, който харчи около 8 литра за 100 км, за същата дистанция ще ви поиска 65 лева. Ако годишно изминавате обичайните 15 000 километра, това са 1800 лева икономия. За пет години стават 9000 лева. Все още не е достатъчно, за да компенсира ножицата в цената на електромобила спрямо бензиновия. Но го доближава доста. Само че това важи единствено когато имате собствен гараж.
Ползването на външни и бързи зарядни станции е само за спешни случаи и на дълъг път. От една страна, защото бързото зареждане вреди на батерията. От друга, защото излиза доста по-скъпо. Иначе на 50-киловатова станция са нужни само 53 минути, за да се допълни капацитетът от 5 до 80 процента.

КОЛКО СТРУВА САМИЯТ ID.4 ЛИ? Горе-долу колкото и конкурентите му. Базовата версия Pure със 148 конски сили и 52 киловатчаса батерия е малко над 73 000 лева. Нашата Pro Performance, с голямата батерия и с 204 коня мощност, е почти 89 000 лева. И включва доста неща: 18-цолови алуминиеви джанти, LED светлини, рейки на покрива, климатроник, 10-инчова мултимедия.
Междувременно стигаме до Пловдив: 126 изминати километра, обхватът е намалял само със 100. Всичко изглежда под контрол. Карането из града ни напомня друго предимство на тази кола: компютърът през цялото време черпи информация и от GPS, и от радарите, и настройва рекуперацията така, че да е максимално ефективна. Ако пред вас има препятствие или предстои кръстовище, я засилва. Ако предстои дълго спускане, почти я изключва. Няма никакъв смисъл да се мъчите ръчно да превключвате в режима B - компютърът е много по-ефикасен от вас.
Избраният от нас маршрут има и една специфика: когато пътувате от София до Пловдив, наклонът е във ваша полза. Когато пътувате от Пловдив към София, е точно обратното. За около 50 кмдо Траянови врата вече сме загубили над 100 от обхвата. Но все още няма основания да се тревожим.

ID.4 Е ДОСТА ПРИЯТЕН ЗА КАРАНЕ в такива условия - безшумен, солидно стъпил на асфалта, с прецизни реакции на волана и газта. Не бихме го нарекли чак вълнуващ, но се усеща напълно компетентен. Максималната скорост е ограничена на 160 км/ч. Ускорението от 0 до 100 км/ч (8.5 секунди) няма да ви смае. Но пък въртящият момент на електромотора е достъпен веднага, щом го поискате, и изпреварването е удоволствие. Дори и теглото не е голямо - като за електромобил, разбира се. С голямата батерия кросоувърът тежи 2020 килограма. Засега ID.4 е само със задно предаване, макар че предстои да се появи и вариант с два мотора и 4 по 4.
Изкачването все пак си каза думата и на влизане в София вече имаме 160 километра обхват. Само че това са 160, изчислени при висока скорост и неблагоприятен наклон. Така че тази кола съвсем спокойно може да ви закара до морето, без да се налага да сте особено внимателни със скоростта.
Дали това ще е достатъчно, за да се окаже ID.4 глобален завоевател? Това вече не зависи от нас, а от хората в Хюстън. И в Урумчи. ■

Four's Better Than Three

The ID.4, Volkswagen's second fully electric model, is visibly more ambitious than the first one

By KONSTANTIN TOMOV / Photography WHEELS

What you see in the picture is nothing less than Volkswagen's most important model since the first Golf was released almost half a century ago. **IT'S QUITE POSSIBLE THAT WE'VE SAID SOMETHING** along those lines last year, when we tested the ID.3, but this car is even more important. The ID.3 was the model giving you a glance at the future - the new electric beginning for Volkswagen. The ID.4 is the car that has to make profits in that very same future.

Why the "four" is more significant than the "three"? First of all, because it is a crossover and the future belongs to them, in spite of environmentalism. And second of all, because, unlike the ID.3, this is a global model that will be built on three different continents and has to not only reinforce Volkswagen's domination in China, but finally open up the US market, which was long sought-after by the Germans. The strive to be liked by everyone from Houston to Urumchi comes at a price - the design. The ID.4 is pleasing to the eye, with harmonic proportions and is sufficiently different from the conventional models, making it recognizable as an electric vehicle at first glance. It seems, however, to be somehow deprived of boldness.

ON THE OTHER HAND, THE INTERIOR FULLY COMPENSATES. For many years, we were promised that EVs will offer a completely different interior space. And the one to keep this promise has finally come. There's no room for a sofa or an aquarium, but enough for the well-known front-facing seats and steering wheel. And that's about it. The instruments, most buttons and even the gear stick have been placed on the steering wheel, from where they can be operated. Although unusual, it's quite convenient and it leaves you with ample interior space. The ID.4 is the same size as a compact crossover, but the interior is like that of a more luxurious vehicle. The rear seats are lifted a little because of the battery underneath, but are nevertheless comfortable for taller passengers. The trunk volume is impressive - 543 liters.

The interior materials are pleasant to the touch, ▶

▶ the seats are comfortable and the lights running under the windshield, with which the car seems to be communicating with you, are a cute addition.
What's not so cute is Volkswagen's fanatic obsession with touch sensors. Everything is controlled with them - the audio system's sound, the air conditioning, the sun blinds. Even the rear windows don't have buttons, but instead use the front's at the touch of the switch sensor. Quite frankly, we didn't get the point for this change.
The information system has nice graphics and plenty of functions. Navigating through them, however, is anything but intuitive. Turning the AC on took us about five minutes and several attempts. If you buy this car, however, you will quickly get used to it and won't even notice. Some shortfalls will be corrected with the regular remote updates which Volkswagen promises to make every two months.

WE SUPPOSE YOU CAN'T WAIT TO HEAR THE ANSWER to the most important question - the range. The ID.4 is offered with two different battery sizes. The smaller one's capacity is 52 kWh and is enough for a 346-km range under the WLTP cycle. The larger one, which we tested, is 77 kWh and is advertised as covering a range of 478 km to 524 km. What does this mean in the real world?
On the first day of the test, we covered a distance of just under 150 km from Sofia to Belchin, then to Samokov and back to Sofia - a windy mountain road with sharp accelerations and stops. We had 275 km left at the end, which is very good. The next day was the biggest test for any electric car - the highway.
Highway speeds are murderous for the electric car's range. Our plan was to go from Sofia to Plovdiv and back without being too easy on the gas. We charged the battery at night and the computer displayed a range of 419 in the morning. We maintained an average speed of 130 km/h, except for some ten minutes when it was pouring rain. By the time we reached the town of Pazardzhik, we had covered 90 km, but the range was down by just 60 km, which was a good sign.

ACTUALLY, NOW'S THE TIME TO TALK ABOUT MONEY A LITTLE. What we did the previous night was take out a cable from the trunk, plug it into the car's wall charger and then lock it.
The whole thing took less than a minute. In return for this inconceivable effort, in the morning we had a range of 420 km at the cost of 12 leva, based on the electricity distributor's nighttime rates. A similar car with a gasoline engine and fuel consumption of 8 liters/100 km would require one to spend 65 leva for the same range.
If you drive the typical 15,000 km each year, it would add up to 1,800 leva in savings. That's 9,000 leva in five years. This is still not enough compensate for the gap in the price between electric and conventional internal combustion engine vehicles. It comes close, however. All of this is valid only if you have your own garage. Using fast charging stations outside is only for emergencies and long trips. That's because fast charging is bad for the battery, on the one hand, and much pricier, on the other. Otherwise, the 50 kW stations would take just around 53 minutes to fill up the battery from 5% to 80%.

HOW MUCH DOES THE ID.4 COST? About the same as its competitors.
Pure, which is the base version, comes with 148 hp and a 52 kWh battery at a price of a little over 73,000 leva. The Pro Performance version, which we tested, comes with a bigger battery and 204 hp. It costs almost 89,000 leva and comes with many options - 18-inch aluminum wheels, LED lights, roof bars, climate control, 10-inch multimedia display.
Meanwhile, we reached Plovdiv - 126 km later the range was down by just 100 km. Everything seemed under control. Driving around the city reminded us of another advantage this car has - the whole time, the computer collects data from the GPS and the radars to adjust the recuperation to its maximum efficiency. If there's an obstacle or an intersection ahead, it increases it. If there's a long downhill drive, it almost turns it off. There's no point of trying to manually change the mode, as the computer is much more efficient than the human driver.
The route we chose had one specific characteristic - when traveling from Sofia to Plovdiv, the slope was to our advantage. When going back from Plovdiv to Sofia it was exactly the opposite. In just 50 km we had managed to lose over 100 km of our range. This is still no cause for concern, however.

THE ID.4 IS QUITE FUN TO DRIVE in these conditions - quiet, with a solid grip of the road, precise steering and acceleration. We would not call it exciting, but it feels fully adequate. The top speed is limited to 160 km/h. The acceleration from 0 to 100 km/h takes 8.5 seconds, which will not blow your mind in any way. The electric motor's torque, however, is instant, making passing other cars a pleasure. Even the car's weight is not that much, for an EV that is. The crossover with the big battery weighs 2,020 kg. The ID.4 only comes with a rear-wheel drive for now, although a version with two motors and a 4x4 is planned.
The ascend took its toll and by the time we got to Sofia our range was down to 160 km. This range, however, is calculated based on high speeds and ascending driving, meaning that this car can easily take you to the seaside without the need to watch your speed too much. Will this suffice to make the ID.4 a global conqueror? This will not be up to us, but up to the customers in Houston and Urumchi. ■

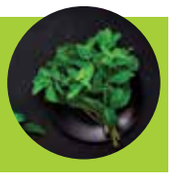
STREET FOOD AND ART FESTIVAL 2021

И това лято Бургас се очертава като фестивалната столица на България: веднага след SPICE Music Festival (6-8 август) на Пристанище Бургас се настанява и Street Food & Art Festival! Амбицията му е да събере на едно място едни от най-добрите готвачи, кулинарни блогъри, музиканти, хора на изкуството и, естествено, обикновени почитатели на street food културата. Между 10 и 12 август това ще е място за демонстрации, дегустации, забавления и много музика, за което ще се погрижат Дони и Нети, 100 Кила, Wosh MC feat Feel, Керана и космонавтите и още доста други популярни имена. Входът е свободен.

Once again, Bourgas is emerging as the festival capital of Bulgaria. Immediately after the SPICE Music Festival (August 6-8), the Port of Bourgas will host the Street Food & Art Festival! The ambition is to bring together some of the best chefs, culinary bloggers, musicians, artists and, of course, ordinary fans of street food culture. Between August 10 and 12, this will be a place for demonstrations, tastings, entertainment and a lot of music, which will be taken care of by Donnie and Netty, 100 Kila, Wosh MC feat Feel, Kerana and the Cosmonauts and many other popular names. Admission is free.

88 | 12-ТЕ НАЙ-КРАСИВИ ПЛАЖА
THE 12 MOST BEAUTIFUL BEACHES

112 | ДЪХЪТ НА ЛЯТОТО
THE SCENT OF SUMMER



POSTER

КЛАСИКА

БРАМС НА ОТКРИТО // Софийската филхармония продължава приятната традиция на летните концерти под открито небе - този път на освежената открита сцена в Борисовата градина. Цигуларят Марио Хосен и оркестърът под диригентството на Найден Тодоров ще представят Концерт за цигулка от Йоханес Брамс и "Шотландската" симфония №3 от Феликс Менделсон. Роденият в Пловдив Хосен днес е солист с международна репутация, свирил с оркестъра на "Ла Скала" в Милано, Виенския симфоничен оркестър, Academy St. Martin and the Fields и много други.

29 юли, Борисова градина, София

КНИГИ

ГОМОР // Това е литературният първообраз на предизвикалия сензация криминален сериал по HBO. "Гомор" е трудът на живота на Роберто Савиано, с който неаполитанският писател разобличава местната мафия - камората. Първоначално е издадена в едва 5000 бройки, но само за два месеца се правят четири допечатки в Италия и е разпродаден целият 700-хиляден тираж. Савиано е осъден на смърт от мафиотската фамилия Казалези и от 2006 година насам живее под фалшива самоличност.

Издателство "Ера"

ДЖАЗ

БРАТИМЕНЕ // Виртуозът на кавала Теодосий Спасов и македонският джаз китарист Влатко Стефановски с този съвместен концерт всъщност ще положат началото на ежегоден етно джаз фестивал във Варна под същото име. Спасов, един от най-емблематичните български музиканти на последните три десетилетия, ще бъде и артистичен директор на фестивала. В концерта ще участва и Стоян Роянов - ЯЯ.

8 август, Варна, Летен театър

EN

CLASSICS

BRAHMS IN THE OPEN // The Sofia Philharmonic continues the pleasant tradition of summer concerts under the open sky – this time on the renovated open stage in the Borisova gradina park. The violinist Mario Hossen and the orchestra conductor Nayden Todorov are going to perform Violin concerto by Johannes Brahms and the "Scottish" symphony No. 3 by Felix Mendelssohn. Hossen who was born in Plovdiv today is a soloist with international reputation and has played with the La Scala orchestra in Milan, the Vienna Philharmonic, the Academy St. Martin and the Fields, etc. .

29 July, Borisova gradina park, Sofia

BOOKS

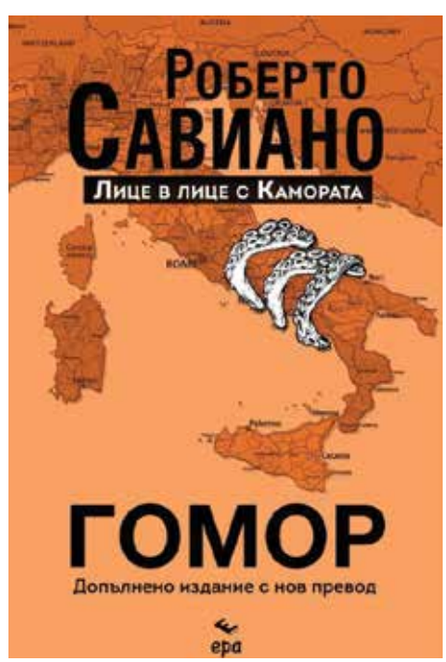
GOMORRAH // This is the literary prototype of the hit crime series on the HBO. Gomorrah is the life piece of Roberto Saviano in which the author from Naples exposes the local Mafia – the Camorra. It was originally published in only 5000 copies but just in two months, four more reprints were made in Italy and all the 700,000 copies were sold. Saviano was sentenced to death by the Casalesi Mafia clan and since 2006 he has been living under fake identity.

Era publishing house

JAZZ

BRATIMENE // In a joint concert the master of the kaval (Bulgarian wooden wind instrument) Teodosiy Spasov and the jazz guitar player Vlatko Stefanovski from Northern Macedonia will mark the beginning of an annual ethno jazz festival in Varna under the same name. Spasov, one of the most emblematic Bulgarian musicians for the last three decades is going to be the artistic director of the festival. Stoyan Royanov – Ya Ya will also take part in the concert.

8 August, Varna, Summer Theatre



АФИШ

ПАРТИ

SUNLAND FESTIVAL // Това е нова верига летни фестивали от създателите на нашумелия EXIT в Нови Сад. Първото българско издание ще е с четири отделни сцени, ще се проведе в рамките на три дни и ще е с участието на Nina Kraviz, Offenbach, симпатичната сръбска група S.A.R.S. и няколко доста добре познати български имена - от Руши и "Остава" до Анимационерите, Керана и Космонавтите, "Ревю", P.I.F. и Jin Monic.

29-31 юли, плаж Перла, Приморско

ОПЕРА

ТОСКА // Лятото е сезонът за концерти на открито, а Пловдивската опера има привилегията да разполага с една от най-въздействащите арени в цяла Европа - градския Античен театър. Програмата е богата, но особено бихме откроили представлението на "Тоска". Шедьовърът на Пучини е под диригентството на Якопо Сепари ди Пескасероли, и с участието на Таня Иванова, Хосе Кура и Карлос Алмагер.

Пловдив, Античен театър, 27 август

ФИЛМИ

КИБРИТЛИЙКИ // Майката (Лена Хийди от Game of Thrones) е наемна убийца, принудена да изостави дъщеря си да бъде отгледана от престъпен синдикат. На свой ред самата дъщеря (Карън Гилън) става убийца - докато накрая двете не се събират, за да се опълчат заедно на зловеща престъпна организация. Забавен екшън, на който допълнителен блясък придават Мишел Йео, Анджела Басет и особено Пол Джамати.

По кината от 16 юли

EN

PARTY

SUNLAND FESTIVAL // This is a new chain of summer festivals from the creators of the popular EXIT in Novi Sad. There will be four separate stages in the first Bulgarian edition and it will be held within three days with Nina Kraviz, Offenbach, the nice Serbian group S.A.R.S. and some of the well known Bulgarian artists – from Rushi and Ostava to the Animacionerite, Kerana and the Cosmonauts, Review, P.I.F. and Jin Monic.

29-31 July, Perla beach, Primorsko

OPERA

TOSCA // Summer is the season of open air concerts and the Plovdiv Opera has the privilege to have one of the most impressive arenas throughout whole Europe – the city Ancient Theater. The program is very rich but we would especially recommend the performance of Tosca. Orchestra conductor of Puccini's masterpiece is Jacopo Sipari di Pescasseroli, with the participation of Tanya Ivanova, Jose Cura and Carlos Almager.

Plovdiv, Ancient Theater, 27 August

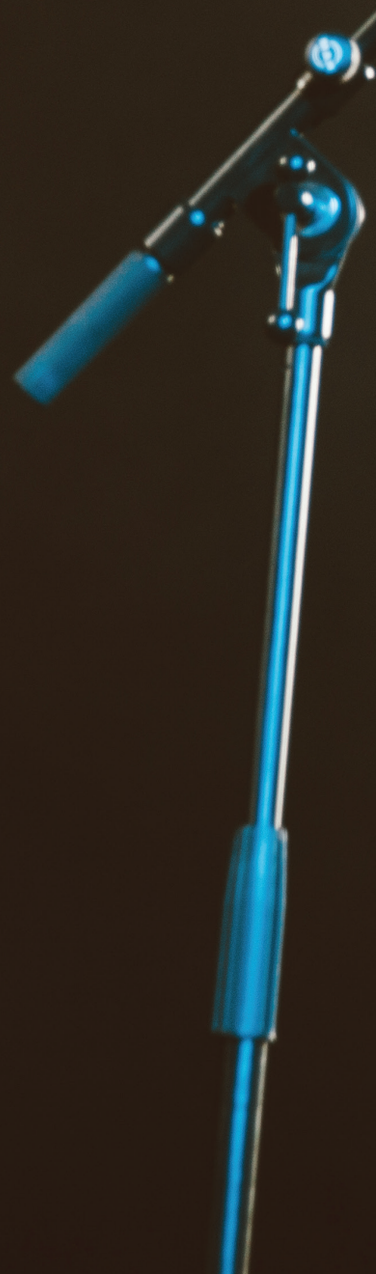
MOVIES

GUNPOWDER MILKSHAKE // The mother (Lena Heady from Game of Thrones) is an assassin, forced to leave her daughter to be raised by a criminal group. The daughter herself (Karen Gillan) also becomes a killer – until both of them unite in order to stand against a sinister criminal organization. It is a funny action made additionally attractive by the presence of Michelle Yeoh, Angela Bassett and especially Paul Giamatti.

In movie theaters from 16 July

ЗА НАС БЪЛГАРИЯ Е ДИВИ ЦВЕТЯ, ПЪСТЪРВА И МУЗИКАТА НА KINK

С Роб Бърч от Stereo MCs говорим за капаните на славата и професията на музиканта в ерата на Spotify и YouTube



Текст КОНСТАНТИН ТОМОВ / Фотография STEREO MCS

Хората обичат да категоризират музиката. И после се сблъскват с нещо като Stereo MCs. Определяли са ви като хип-хоп, техно, хаус, електронна музика, дори като ейсид джаз. В един момент оглавявахте класацията за танцова музика в Америка. А мнозина ви познават от турнетата с рок легенди като Happy Mondays, U2 и Jane's Addiction. Как определяте музиката си самите вие? И нужни ли са изобщо такива категоризации?

Категориите съществуват, за да организират нещата, така че хората да могат да бързо да открият и да купят онова, което искат. Но творческият процес криволичи между категориите, защото музиката не е създадена да пасва точно на каталозите - създаването й е естествен процес. Всъщност така тя се развива - като кара категориите да се променят и увеличават.

Музиката, която ние се стремим да правим, се основава на енергията и вибрацията... и на добрата идея, когато ни хрумне. Можете да я наричате електронна, нямам нищо против.

Кои бяха влиянията, помогнали да се роди емблематичният звук на Stereo MCs?

Рапът на 80-те, фънк, дъб, хаус и ейсид, заедно с кипящия котел от детството ни:

Pink Floyd - Clash - Apocalypse Now - Clockwork Orange. Също нашият стар Bell A.D.T. Delay Unit. И някои изпарения във въздуха.

Локдауните бяха много труден период и за музикантите, и за почитателите на музиката. Как се справихте с тях? Продуктивен ли беше този период за вас?

Имах късмет, че синът ми дойде да поостане с мен точно преди всичко да започне. С него си създадохме нов ритъм на живот, фокусирахме се върху здравословното хранене. Усещането бе, че светът ни е станал малко сюрреалистичен - толкова тих, спокоен. Лятото беше едно от най-горещите. Мислех си, че имаме късмет да имаме храна и подслон в тези странни времена, така че прекарах много часове в студиото, работейки върху нова музика, и също толкова много часове в разговори за живота със сина си, докато правехме дълги разходки. Но още не разбирам съвсем какво се случи...

През 1994 бяхте завладели света: най-добра група на наградите BRITs, албумът 'Connected' бе на второ място в британския чарт, четири различни сингъла влязоха в Top 20. След това ви бяха ▶

нужни още седем години, преди да издадете следващия си албум. Какво се случи?
Не знам. Пък и ако знаех, вероятно нямаше да ми задавате този въпрос. Твърде дълги турнета... претоварване от бизнес аспектите на музиката... Може би наистина беше най-добре да изчакаме, докато имаме албум, който харесваме - Deep Down and Dirty - вместо да бързаме да осребряваме успеха си. Доказателството е, че ние все още сме заедно и вършим онова, което винаги сме искали - да създаваме независима музика.

Преди година Шан Евънс от Kosheen ни призна, че успехът и постоянните турнета са били убийствени не само за личния й живот, но и за връзките вътре в групата. Как се справихте вие с успеха? Кои са най-големите капани пред един успял, пътуващ постоянно музикант?
Зависи как ти въздейства всичко това като личност. Можем да реагираме по най-различни начини в зависимост от това в такъв етап от развитието си сме, какъв е характерът ни, каква подкрепа имаме.
Успехът е нещо чудесно, вдъхновяващо и пълно с невероятни преживявания. Но славата е един празен балон, в който нямаш истински приятели. Хубавата част е пътуването към успеха... понякога е даже разочароващо да пристигнеш.
Според мен един музикант трябва да се стреми да си остане скромен и да пази здравето си. Иначе или се преуморяваш, или решаваш, че си прекалено велик. Трудно е също да се намери балансът със семейството или любимия човек. Но този баланс е нужен, за да имаш нормален живот.

През 2016 създадохте своя собствена звукозаписна компания - Connected. Как се развива тя? Какво е за един музикант да си изкарва хляба в ерата на YouTube и Spotify? Какво бихте променили в музикалната индустрия, ако имахте власт?
Благодаря, че питате, нашият лейбъл върви добре и издаваме много нови имена, особено в Afro/Deep House/Electronic зоната на танцовата музика. Усещаме нов прилив на енергия и живот от връзката с тях.
Естествено, това е вече съвсем друг свят в сравнение с този, в който аз започнах като тийнейджър. Някои музиканти могат да живеят от Youtube и Spotify, но за целта трябва да имаш милиони фенове и стрийимове. И трябва да научиш специфичните неща за тези канали. Аз се стремя просто да правя музика, да се трудя здравата на микрофона и да помагам на Ник (продуцента Ник Холъм, б.ред.) да ръководи компанията ни. Той е шефът.

Ако можех да променя нещо... Всички големи платформи, които печелят от стрийминването на музика, би трябвало да връщат повече от приходите си към музикантите, особено в тези времена. А и правителствата ни не виждат важността на танците, клубовете и живата музика. Те трябва да подкрепят тази индустрия, защото тя храни душите на хората и осигурява щастие.

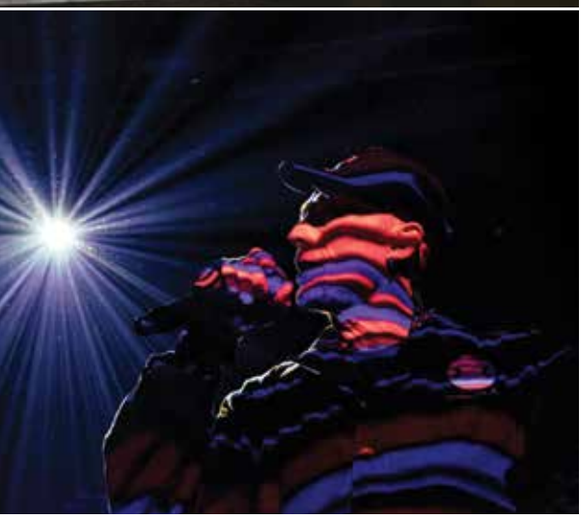
Записахте първите си албуми с оборудване, което би шокирало един днешен DJ - примерно с касетофон за ударните. Днес за създаването на музика е напълно достъчен един лаптоп и чифт слушалки. Както сам казахте наскоро, човек може да го прави дори в самолета. Това несъмнено улеснява много нещата. Но помага ли в действителност на творческия процес?
Високотехнологичната ни среда наистина променя процеса. Но творческата искрица може да дойде по всяко време, и за нея не ти е нужен компютър. Аз мога да раждам идея и с тенекиена консерва, с търнтейбъл или със стария ни миди плъгин.
Иначе несъмнено е по-лесно да произведеш музика днес. Но всъщност отнема повече време. И освен това технологиите ни позволяват да анализираме музиката в далеч повече детайли отпреди, и да се стремим да направим съвършено онова, което понякога е по-добре да се остави несъвършено.

Много хора смятат, че покрай всичките тези компютри, Big Data и способността на услуги като Shazam да измерват незабавно реакциите на публиката, творчеството е отстъпило на заден план в музикалния процес. Стана ли наистина музиката по-монотонна напоследък?
Аз не живея в дигиталния свят и не искам да измервам музиката по такива начини, така че за мен музиката си остава винаги изненада и източник на вдъхновение... За да създавам музика, трябва да изпитвам нещо. И тя е предназначена именно за хората, които също искат да почувстват нещо.

На сцената сте вече над три десетилетия. Промени ли се отношението ви към изпълненията на живо?
Не. Духът управлява тялото.

Вие сте чести посетители в България. Различна ли е публиката тук, в Източна Европа, в сравнение с тази на Запад?
Според мен е по-радостна и по-енергична.

Какво ви хрумва първо, когато чуете "България"?
Диви цветя, пъстърва на скара и KiNK (световноизвестният български DJ Страхил Велчев, б. ред.). ■



DANCING FEEDS PEOPLE SOULS, BUT THE GOVERNMENTS DON'T SEE IT

To me, Bulgaria means wildflowers, grilled trout and DJ KiNK, the frontman of Stereo MCs tells us

By KONSTANTIN TOMOV / Photography STEREO MCS

People love to categorize music. And then they face something like the Stereo MCs. You were defined as hip-hop, techno, house, electronic, even acid jazz. For a moment, you topped the dance music chart in the US. And quite a few people know you from touring with rock legends such as Happy Mondays, U2 and Jane's Addiction. How would you define your music yourself? And do we need such definitions at all?
Categories are there to keep things organised so people can find and buy what they want fast. The creative process bends and stretches categories because music is not made to fit exactly as it's a natural process when created. That is how it grows, by forcing categories to change and multiply as music inevitably changes and is re-born.
The music we aim to make is based on energy and vibration… and, when it comes, a good idea. You could call it electronic, I'm fine with that.

What were the influences that helped to coin the iconic Stereo MCs sound?
80's rap, electro, funk, dub, house and acid, along with the melting pot of our youth
(Pink Floyd - Clash - Apocalypse Now - Clockwork Orange - used record shop) and our old bell delay unit. And some vapours in the air.

Last year's lockdowns were very difficult times for both musicians and music lovers. How did you deal with this? Was it a productive period for you?
I was fortunate that my son came to stay with me just before it started and we formed a new rhythm of life together focusing on better eating habits and feeling as if our world became quite surreal… so quiet and peaceful and the summer was one of the warmest. I think we are lucky to still have food and shelter in these strange times so I spent many hours in the studio working on music and mixtapes and talking about life with my son on long walks. I still don't really understand it all…

In 1994, you were on top of the world: Best British Group at the BRITs awards, 'Connected' album getting to number 2 in the UK chart and four different singles reaching Top 20. And then it took 7 more years to release your next album. What happened?
I don't know. If I did you probably wouldn't be asking this question. Too long touring… music business overload… maybe it was the best thing to wait till we had a record - Deep Down and Dirty - that we liked even if it did take some time, rather than rush out to capitalise on success. I think so, we are still together doing what we always wanted to do… make independent music.

A year ago Sian Evans from Kosheen

admitted to us that the success and the constant touring were devastating not only to her personal life but to the relations between the band members. How did you cope with your success? What are the biggest pitfalls for a successful, touring musician?
It is down to how it affects you as an individual... We can all react differently depending on our stage of development, personality and support.
Success is wonderful, uplifting and full of incredible experiences but fame is an empty bubble without real friends. The journey is the beautiful part... sometimes it's a shame to reach the destination.
Staying humble and healthy is where the awareness must be or you get too tired or think you're too good. Finding a balance for your family or lover is also tricky. But it must be found as to live is to be alive and to be alive is to have a life.

In 2016 you launched your own label, Connected. How is that going? What is it like for a musician to earn his living in the age of YouTube and Spotify? What would you change in the music industry should you have the power?
Thanks for asking, our label is going well and we release many new artists mainly in the Afro/Deep House/Electronic area of dance music and feel a new surge of energy and life from these connections.
It is of course many worlds away from when I started as a teenager. Some musicians can make a living from youtube and Spotify but I think you must have many millions of streams and fans. It's a learning process too.
I make music, work hard on the mike to get high, DJ and help Nick run our label. He is the boss.
If I could change something... all the major platforms that benefit from streaming music should filter the profits back to the musicians, especially in these times. Also, our governments do not see the importance of dancing, clubs and live music. They need to support this industry, it feeds peoples souls and well being.

You created your first albums with equipment that would shock a young DJ today - like a tape recorder for the drum loops. Today, to create music you only need a laptop and a pair of headphones. You can even do it on a plane, as Rob recently said in an interview. This undoubtedly makes things much easier. But does it actually help the creative process?
The creative process changes in how it is performed with our hi-tech environment but the spark of creativity can happen at any time. Often when you are nowhere near a computer! Finding the joy of life and its purpose helps I think, I can be creative with a tin can, a turntable or a midi plugin.
It's easier to make tunes on your own for sure, but I think it actually takes longer and we analyse the music in far greater detail and sometimes try to make perfect what is best left imperfect...

Many people think that with all the computers, Big Data and the ability of services like Shazam to measure the public's response instantly, creativity has been forced back from the music process. Has music become more monotonous recently?
I don't live in this place or want to measure music in these ways so music is still a surprise and something of an inspiration... I need to feel something, so that is the basis for our output and we aim to reach people who want to feel something.

You've been on stage for over three decades. Has your attitude towards live shows changed?
NO. The spirit moves the body.

You are frequent visitors to Bulgaria. Is the audience here in Eastern Europe different from that in Western and Great Britain?
I think happier and more energetic.

What springs to mind first when you hear the word 'Bulgaria'?
Wildflowers, grilled trout and KiNK (the world-famous Bulgarian DJ Strahil Velchev). ■

STEREO MC's ще свирят на SPICE MUSIC FESTIVAL в Бургас (6-8 август), заедно с Maxi Priest, DJ Bobo, Дони и Момчил, Allice DJ, In-Grid, C-Block, Лийрой Торнхил от Prodigy, Джени от Ace of Base и още доста други. Повече информация - на spicemusicfest.bg.

STEREO MC's will play at SPICE MUSIC FESTIVAL in Burgas (August 6-8), together with Maxi Priest, DJ Bobo, Donnie and Momchil, Allice DJ, In-Grid, C-Block, Leeroy Thornhill from Prodigy, Jenny from Ace of Base and many more. More information - on spicemusicfest.bg.

ГРЪЦКО ЛЯТО С БЪЛГАРИЯ ЕЪР

Директни полети до Солун, Корфу, Крит и Родос

Не губи време от почивката си в пътуване. Стигни бързо до някои от най-красивите гръцки плажове с директните ни полети.

Полетите са от София, с удобна възможност за тръгване от Варна.

България Еър
Национален Превозвач www.air.bg

ПРИЯТЕН ПОЛЕТ

ПРИЯТНИ ЕМОЦИИ

www.air.bg

СИНЬО ЛЯТО: 12-ТЕ НАЙ-КРАСИВИ ПЛАЖА В ЕВРОПА

BLUE SUMMER: THE 12 MOST BEAUTIFUL BEACHES IN EUROPE

Текст КАЛИН НИКОЛОВ / Фотография SHUTTERSTOCK
By KALIN NIKOLOV / Photography SHUTTERSTOCK

От Етрета до Камчия и от Плая де Маро до Балос, тези места ще направят ваканцията ви вълшебна

From Etretat to Kamchia and from Playa de Maro to Balos, these places will make your vacation magical

Най-после дойде онази блажена част от годината, когато можем да изоставим всичко, да вземем джапанките, хавлията и любимите си книжки, и да оставим слънцето и морето да ни отърват от натрупания стрес. В нейна чест се постарахме да подберем 12 от най-красивите плажове в Европа - не само неповторими и запомнящи се, но и лесно достъпни благодарение на редовните полети на националния превозвач "България Еър".

Finally we have reached that blissful part of the year when we can give up everything, take our flip-flops, towel and favorite books, and let the sun and the sea wash away the accumulated stress. In summer's honor we tried to choose 12 of the most beautiful beaches in Europe - not only unique and memorable, but also easily accessible thanks to the regular flights of the national carrier "Bulgaria Air".

СЕЙТАН ЛИМАНЯ, ГЪРЦИЯ
SEITAN LIMANIA, GREECE

Ако се захванем да правим обективна класация на най-красивите плажове в Европа, спокойно можем да изпълним Топ 10 само с места на Крит. Най-големият и най-впечатляващ гръцки остров има невероятно разнообразна плажна ивица. Все пак ви съветваме да пропуснете прекрасния Елафониси с неговия розов пясък и с хилядите туристи, позиращи в странни пози за Instagram. Вместо това заложете на Сейтан Лиманя - едно необикновено заливче с форма на мълния, до което се стига по спиращи дъха черни пътища. Но гледката веднага ще ви възнагради за изтърпените мъки. Сейтан Лиманя означава дяволското пристанище, но самия плаж местните наричат Paralia tou Stefanou, плажа на Стефан. Следобед скалите хвърлят приятна естествена сянка, и пазят от честите силни ветрове.
Как да стигнете: с "България Еър" до Ираклион. Сейтан Лиманя е на около 150 км с автомобил в западна посока.

If we start to make an objective ranking of the most beautiful beaches in Europe, we can easily complete the Top 10 only with places in Crete. The largest and most impressive Greek island has an incredibly diverse coast. However, we advise you to miss the beautiful Elafonisi with its pink sand and the thousands of tourists posing in strange poses for Instagram. Instead, bet on Seitan Limania - an unusual bay in the shape of lightning, which can be reached by breathtaking dirt roads. But the sight will immediately reward you for the suffering you endured. Seitan Limania means the devil's port, but the beach itself is called Paralia tou Stefanou, Stefan's beach. In the afternoon, the rocks cast a pleasant natural shade, and protect from frequent strong

Нерха / Nerja

winds.
How to get there: with "Bulgaria Air" to Heraklion. Seitan Limanya is about 150 km by car in a westerly direction.

КАМЧИЯ, БЪЛГАРИЯ
KAMCHIA, BULGARIA

Камчия е най-голямата българска река, вливаща се в Черно море (ако не броим Дунав, разбира се). А в устието ѝ е природният резерват "Камчия", с най-обширните лонгозни гори в страната. На финала реката тече толкова бавно и лениво, че устието ѝ е "удавено" от морските води - което създава забележителна гледка от въздуха. Плажната ивица е рекордно дълга (заедно с частта ѝ към Шкорпиловци), с чудесен златист пясък и защитена от закона. Тук няма да откриете големи хотели - само един модерен спортен комплекс, където се подготвят професионални атлети, и сгушени в горите малки вили и бунгала. Което означава, че никога няма да видите плажа пренаселен. Как да стигнете: с "България Еър" до Варна. Курортен комплекс Камчия е на 34 км с автомобил в южна посока.

Kamchia is the largest Bulgarian river flowing into the Black Sea (if we do not count the Danube, of course). And at its mouth is the nature reserve "Kamchia", with the most extensive riparian forest in the country. At the end, the river flows so slowly and lazily that its mouth is "drowned" by the sea waters - which creates a remarkable view from the air. The beach is a record long (along with its part to Shkorpilovtsi), with wonderful golden sand, and is a protected area. Here you will not find large hotels - just a modern sports complex, where professional athletes are trained, and small villas and bungalows, nestled in the woods. Which means you'll never see the beach crowded.
How to get: with "Bulgaria Air" to Varna. Kamchia Resort is 34 km by car in a southerly direction.

НЕРХА И ПЛАЯ ДЕ МАРО, ИСПАНИЯ
NERJA AND PLAYA DE MARO, SPAIN

Нерха не е сред най-прочутите испански курорти. Но сме сигурни, че за поне две поколения българи ще е достатъчно

Порто Тимони / Porto Timoni

да видят снимката на незабравимия кръгъл "Балкон на Европа", за да се сетят, че това е локацията на култовия детски филм "Синьо лято". Няма шанс да видите Хулия и Чанкете, разбира се, но градчето си остава все така приятно, а намиращият се в съседния природен парк плаж Маро е един от най-чистите в цяла Испания, с живописни естествени пещери и водопади, спускащи се в морето. Старинна мавританска наблюдателница добавя още чар към мястото. Но през лятото е и доста оживено.
Как да стигнете: с "България Еър" до Малага. Нерха е на 68 км с автомобил от летището, в източна посока.

Nerja is not one of the most famous Spanish resorts. But we are sure that for at least two generations of Bulgarians it will be enough to see the photo of the unforgettable rounded "Balcony of Europe" to remember that this is the location of the cult children's TV series "Blue Summer". There is no chance to see Julia and Chanquete, of course, but the town remains charming, and the Maro beach in the neighboring nature park is one of the cleanest in all of Spain, with picturesque natural caves and waterfalls descending into the sea. An ancient Moorish observatory adds more charm to the place. But in the summer it is also quite lively.
How to get: with Bulgaria Air to Malaga. Nerja is 68 km by car from the airport, heading east.

ПОРТО ТИМОНИ, ГЪРЦИЯ
PORTO TIMONI, GREECE

Остров Корфу е богат на красиви и добре поддържани плажове. Но ако искате нещо по-диво, заслужава си усилието да отидете до Порто Тимони.
Всъщност това е не един, а два плажа, гледащи в срещуположни посоки и разделени от обрасъл с трева хълм. Водата е кристална, а шансът да попаднете на шумни тълпи - минимален.
Разбира се, това блаженство трябва първо да се заслужи: до Порто Тимони се стига пеш от селцето Афионас. Преходът отнема двайсетина минути, но на места пътеката е стръмна и трябва да се стъпва внимателно. Освен това е добре да си приготвите храна и особено вода, защото на тези напълно диви плажове няма магазини и ресторанти.
Как да стигнете: с "България Еър" до Корфу. Афионас е на 35 км с автомобил от летището, в северозападния край на острова.

The island of Corfu is rich in beautiful and well-maintained beaches. But if you want something wilder, it's worth the effort to go to Porto Timoni.
In fact, it is not one, but two beaches, facing in opposite directions and separated by a grassy hill. The water is crystal clear and the chance of encountering noisy crowds is minimal.
Of course, this bliss must first be earned: Porto Timoni can be reached only on foot from the village of Afionas. It only takes about twenty minutes, but in some places the path is steep and you have to tread carefully. It is also good to prepare food and especially water, because there are no shops and restaurants on these completely wild beaches.
How to get: with "Bulgaria Air" to Corfu. Afionas is 35 km by car from the airport, at the northwestern end of the island.

ЕТРЕТА, ФРАНЦИЯ
ETRETAT, FRANCE

Чарът на Кан, Антиб, Сен Тропе и останалите перли на френския Лазурен бряг е познат на всички. Но ако търсите дива красота и изпълнени с драматизъм пейзажи, си струва да обърнете внимание на крайбрежието на Нормандия. Етрета,

САНТА СЕВЕРА, ИТАЛИЯ
SANTA SEVERA, ITALY

Най-популярните плажове на Италия са тези около Римини или Позитано (твърде пренаселени за нашия вкус). Но и околностите на столицата Рим предлагат достатъчно красиви местенца на морето. Едно от тях е Сперлонга, с дълъг пясъчен плаж и живописно бяло градче, кацнало над него. Но още по-живописен е плажът на Санта Севера, над който като несмутим страж се извисява средновековен замък, изскочил сякаш от "Игра на тронове". Пясъчната ивица е просторна, безплатна и даже относително спокойна, освен през уикендите, разбира се.

Как да стигнете: с "България Еър" до Рим. Санта Севера е на около 55 км с автомобил в посока северозапад, или на около 40 минути с влак от гара "Сан Пиетро"

The most popular beaches in Italy are those around Rimini or Positano (too crowded for our taste). But the surroundings of the capital Rome offer enough beautiful places on the coast. One of them is Sperlonga, with a long sandy beach and a picturesque white town perched above it. But even more picturesque is the beach of Santa Severa, over which a medieval castle rises like an undisturbed guard, jumping out as if from "Game of Thrones". The sandy beach is spacious, free and even relatively quiet, except on weekends, of course.

How to get: with "Bulgaria Air" to Rome. Santa Severa is about 55 km by car in a north-westerly direction, or about 40 minutes by train from San Pietro Station

някогашно рибарско селце на север от Хавър, е чудесен пример. Варовиковите му скали по нищо не отстъпват на намиращите се от другата страна на Ламанша бели скали на Доувър. А неустоимата красота на крайбрежието е привличала творци като Гюстав Корбе и Клод Моне.
Тук няма да намерите златист пясък - вместо това плажът е покрит с удивителни закръглени бели камъчета, почти като топчета за игра.
Как да стигнете: с "България Еър" до Париж. Етрета е на около 200 км с автомобил, в посока северозапад.

The charm of Cannes, Antibes, Saint Tropez and the other pearls of the French Cote d'Azur is known to all. But if you are looking for wild beauty and dramatic landscapes, it is worth paying attention to the coast of Normandy. Etretat, a former fishing village north of Le Havre, is a great example. Its limestone cliffs are not inferior to the white cliffs of Dover on the other side of the English Channel. And the irresistible beauty of the coast has attracted artists such as Gustave Corbett and Claude Monet.
You won't find golden sand here - instead the beach is covered with amazingly rounded white pebbles, almost like game balls.
How to get: with "Bulgaria Air" to Paris. Etretat is about 200 km by car, heading northwest.

КАЛА МАКАРЕЛА, ИСПАНИЯ
CALA MACARELLA, SPAIN

Майорка е добре позната на туристите - но тъкмо това отнема малко от чара ѝ през активния сезон, когато плажовете се изпълват с британски и германски пенсионери. Ако искате повече спокойствие и по-непринудена красота, трябва да отскочите до третия и най-малко познат от Балеарските острови - Менорка. Тук се намира и един от най-красивите плажове изобщо в Европа - Кала Макарела. Можете да го достигнете с автобус, или дори пеш. Иначе мястото е в защитен природен резерват и достъпът на автомобили е лимитиран.
Как да стигнете: с "България Еър" до Палма де Майорка. От Палма до остров Менорка се пътува с ферибот, разстоянието е 80 км

Mallorca is well known to tourists - but that's what takes away a little of its charm during the active season, when the beaches are filled with British and German retirees. If you want more peace and more casual beauty, you should jump to the third and least known of the Balearic Islands - Menorca. Here is one of the most beautiful beaches in Europe - Cala Macarella. You can reach it by bus, or even on foot. Otherwise the place is in a protected nature reserve and the access of cars is limited.
How to get: with "Bulgaria Air" to Palma de Mallorca. From Palma to the island of Menorca travel by ferry, the distance is 80 km

Камчия / Kamchia

ПОТАМОС, ГЪРЦИЯ
POTAMOS, GREECE

Хиляди българи са опознали добре Солун и околностите му, като естествена първа спирка към курортите на Халкидики. Но малцина знаят, че съвсем близо до града има и няколко доста хубави плажове. Някои от тях, като Ая Триада и Ангелохори, са буквално на пет минути път от летището. Все пак бихме ви препоръчали Потамос, разположен край градчето Епаноми. Чудесен пясък, кристално чиста вода и над нея - приказна гледка към извисяващия се в другия край на залива връх Олимп: няма да съжалите, че сте се отбили тук. Можете да го направите с автомобил, а можете и да вземете специалния летен автобус номер 70, който стига от Солун дотук за едва 40 минути. Но имайте предвид, че през уикендите става доста населено.
Как да стигнете: с "България Еър" до Солун. Потамос е на 22 км с кола от летището, в южна посока.

Thousands of Bulgarians are well acquainted with Thessaloniki and its surroundings, as a natural first stop to the resorts of Halkidiki. But few know that very close to the city there are some pretty nice beaches, too. Some of them, such as Agia Triada and Angelochori, are literally five minutes away from the airport. However, we would recommend Potamos, located near the town of Epanomi. Wonderful sand, crystal clear water and above it - a fabulous view of Mount Olympus rising at the other end of the bay: you will not regret that you stopped here. You can do it by car, or you can take the special summer bus number 70, which arrives from Thessaloniki in just 40 minutes. But keep in mind that on weekends the beach becomes quite crowded.
How to get: with "Bulgaria Air" to Thessaloniki.

Кала Макарея / Cala Macarella

Етрета / Etretat

БАЛОС, ГЪРЦИЯ
BALOS, GREECE

Безмилостно сведохме участниците в тази класация от остров Крит само до два. Балос, подобно на Елафониси, е суперзвезда в Instagram и това означава, че шансовете да му се насладите в приятно усамотение клонят към нула. Но не е и твърде пренаселен, защото се намира в най-западното ъгълче на острова и достъпът до него не е лесен.

Усилията обаче категорично си струват: тази лагуна с ослепително бял пясък и тюркоазени води е едно от най-красивите кътчета не само в Гърция, но и изобщо по Средиземноморието. Само имайте предвид, че тук няма ресторантчета или магазинчета. Опаковайте кошницата за пикник и се постарайте след вас да не остават следи.

Как да стигнете: с "България Еър" до Ираклион, Балос е на 190 км с автомобил в западна посока

We ruthlessly reduced the participants in this ranking from the island of Crete to only two. Balos, like Elafonisi, is a superstar on Instagram, which means that the chances of enjoying it in pleasant solitude tend to zero. But it is not too crowded, either, because it is located in the westernmost corner of the island and access to it is not easy.

However, the effort is definitely worth it: this lagoon with dazzling white sand and turquoise waters is one of the most beautiful places not only in Greece but in the Mediterranean in general. Just keep in mind that there are no restaurants or shops here. Pack the picnic basket and afterwards make sure there are no traces left behind.

How to get there: with Bulgaria Air to Heraklion, Balos is 190 km by car in a westerly direction

Potamos is 22 km by car from the airport, heading south.

СИНЕМОРЕЦ, БЪЛГАРИЯ
SINEMORETS, BULGARIA

Някога идилично убежище за писатели, художници и бохеми, днес Синеморец си е напълно развит курорт. Но той все още запазва нещо от чаровната атмосфера на малко, задрямало селце. А северният му плаж си остава почти непокътнат и е може би най-красивото място по българското Черноморие. На практика това е пясъчна коса, деляща морето от широкия естуар на Велека – най-чистата и пълна с живот българска река. Тук ще видите редки птици и растения, а в морето често се забелязват и делфинчета. Плажът е част от защитена местност и затова няма да откриете обичайните дискотеки, атракции и алчни концесионери. Тук сте само вие и природата. Е, и някои дребни удобства, все пак.
Как да стигнете: С "България Еър" до Бургас. Синеморец е на 92 км с автомобил в южна посока

Once an idyllic refuge for writers, artists and bohemians, today Sinemorets is a fully developed resort. But it still retains some of the charming atmosphere of a small, dormant village. And its northern beach remains almost intact and is probably the most beautiful place on the Bulgarian Black Sea coast.
It is a sandy spit, separating the sea from the wide estuary of Veleka - the cleanest and richest of life Bulgarian river. Here you will see rare birds and plants, and dolphins are often seen in the sea. The beach is part of a protected area and therefore you will not find the usual discos, attractions and greedy concessionaires. Only you and nature are here. Well, and some small amenities, though.
How to get: With "Bulgaria Air" to Bourgas. Sinemorets is 92 km by car in a southerly direction

ПЛАЯ ТАМАРИТ, ИСПАНИЯ
PLAYA TAMARIT, SPAIN

Още един плаж, зорко охраняван от красив средновековен замък, но този път - в Испания. Каталунското градче Алтафуля се гордее особено с тази плажна ивица и с двореца на маркизите Тамарит, който си остава собственост на потомци на старинната фамилия и за жалост не е отворен за публика. Плажът обаче е, както и намиращият се южно от замъка Кала Жовера. Освен това Алтафуля притежава последната оцеляла крайбрежна гора в цяла Каталуня, така че можете и да се разходите под прохладната сянка на дърветата - местността е защитен природен парк. Самото градче е чаровно със старинния си рибарски квартал и още по-древния замък Алтафуля, където вече можете и да влезете.
Как да стигнете: с "България Еър" до Барселона и после 70 км с автомобил в посока югозапад, покрай брега.

Another beach, closely guarded by a beautiful medieval castle, but this one is in Spain. The Catalan town of Altafulla is especially proud of this beach and the palace of the Marquises Tamarit, which remains the property of descendants of the noble family and unfortunately is not open to the public. However, the beach is open, and the same goes to the one located south of the castle - Cala Jovera. In addition, Altafulla has the last surviving coastal forest in all of Catalonia, so you can take a walk in the cool shade of the trees - the area is a protected nature park. The town itself is charming with its old fishing district and the even more ancient castle of Altafulla, where you can even enter.
How to get: by "Bulgaria Air" to Barcelona and then 70 km by car in a southwest direction, along the coast.

ПРАСОНИСИ, ГЪРЦИЯ
PRASONISI, GREECE

Най-живописният плаж на Родос понякога е разположен на полуостров, а понякога - на остров. Зависи от времето и от нивото на морето. Когато половината плаж не е залят, финият му пясък всъщност свързва голямата суша с живописния нос Прасониси. През останалото време двете са отделени от съвсем плитка ивица вода. И в двата случая плажът е много приятен, а освен това е и истински рай за сърфисти, кайтсърфисти и други любители на приключенските спортове. При това не е нужно да мъкнете собствените си дъски - на място има достатъчно екипировка под наем.
Как да стигнете: С "България Еър" до Родос. Прасониси е на 90 км с кола, на срещуположния край на острова.

The most picturesque beach of Rhodes is sometimes located on a peninsula and sometimes on an island. It depends on the weather and the sea level. When half the beach is not flooded, its fine sand actually connects the mainland with the picturesque Cape Prasonisi. The rest of the time the two are separated by a very shallow strip of water. In both cases, the beach is very nice, and is also a real paradise for surfers, kitesurfers and other fans of adventure sports. You do not need to carry your own boards - there is enough equipment on site to rent.
How to get: By Bulgaria Air to Rhodes. Prasonisi is 90 km away by car, at the opposite end of the island.

Прасониси / Prasonisi

Синеморец / Sinemoretz

ПРОЕКТ „ХЕТЕРОТОПИИ“ БОТЕВГРАД - ЛЕСКОВАЦ

Interreg - IPA CBC
Bulgaria – Serbia

Община Ботевград и Народен музей на Лесковац обединяват усилията си в проект „Хетеротопии“ за повишаване потенциала на своето културно наследство и туристическата привлекателност на двата града и на трансграничния регион България – Сърбия.

Проектът залага на използването на интерактивни подходи за насърчаване на устойчивото развитие на културния туризъм и природата в градовете и създаване на социални ядра – хетеротопии, за представяне на културно-историческото наследство на двете общини по конкурентен и атрактивен начин. Културно-информационните ядра са обособени в двата града.

В Ботевград:

* Часовниковата кула в Ботевград, която се отваря за посетители и се превръща в пространство за култура и алтернативна сцена за събития. Предвижда се поставяне на система тип „перископ“ за разглеждане на Ботевград от близо 30 м височина. Идеята на социализацията на кулата е тя да се изведе в ново измерение - от стационарен знак-идентификатор за града в пространство за култура, ангажирано с развитието на идентичността на общността.

* Музей на открито - реализира се екстериорно около съществуващата сграда на Историческия музей в града и включва три сектора - постоянна експозиция, временна експозиция и лекториум под небето. Предвидено е поставяне на 11 постаменти с вградено осветление, обособяване на игровата зона за малки изследователи, както и поставяне на дизайнерски каменни кашпи и пейки Naguisa.

* Промотиращ център – екстериорно и технологично оборудван. Включва туристически информационен център, телепрезънс зала и пространство за съвременност изкуство, както и облагородяване на прилежащите външни пространства с поставяне на вертикален LED видео-екран за външни условия и вертикално озеленяване.

В Лесковац:

* Информационен център за посетители, включващ реконструкция и рехабилитация на входа и приземния етаж на Националния музей и създаване на условия за туристическо представяне на културното наследство на града, с акцент върху по-добрия достъп за хората с увреждания;

* Създаване на пространство за лапидариум - изложбено пространство на открито, в което ще бъдат изложени експонати на стотици години. Около 15 експоната са поставени на специални пиедестали, които ще покажат живота от 8000-годишната история на тази област.

* Дигитализация и създаване на виртуална реалност на постоянни експозиции за консервиране на културното наследство - създаването на база данни с цифрови музейни инвентаризации, виртуално представяне на постоянната експозиция на Националния музей в Лесковац. Използвайки съвременни технологии - 3D сканиране, виртуална реалност и оборудване за промоция и устойчиво използване, културното наследство на Лесковац ще бъде представено на млади хора, хора с увреждания, местни и чуждестранни туристи.

Включени са виртуално преобличане - интерактивно приложение, внедрено в постоянната експозиция на Националния музей Лесковац, което позволява на посетителите да "тренират" различни комбинации от костюми от края на 19 и началото на 20 век, като на практика ги избират и обличат. Виртуалните 3D модели на дрехи и проследяването на движението се активират с помощта на устройството Kinekt.

Мобилна апликация „Muzejonica“ с креативни игри, които вдъхновяват посещение в Народния музей на Лесковац.

По проекта са създадени и туристическа карта, онлайн туристически гид, филм за презентиране на двата града и книга, представяща атрактивни обекти от общините.

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програмата за трансгранично сътрудничество Interreg ИПП България - Сърбия 2014-2020 г. Тази публикация е създадена с подкрепата на Европейския съюз, чрез Програмата за трансгранично сътрудничество Interreg ИПП България - Сърбия 2014-2020, CCI No 2014TC16I5CB007. Съдържанието на публикацията е отговорност единствено на Община Ботевград и Народен музей Лесковац и по никакъв начин не може да се възприема като израз на становището на Европейския съюз или на Управляващия орган на Програмата.

PROJECT “HETEROTOPIAS” BOTEVGRAD - LESKOVAC

Interreg - IPA CBC
Bulgaria – Serbia

Botevgrad Municipality and National Museum of Leskovac cooperate in project “Heterotopias” for increase of the potential of the cultural heritage and the tourist attractiveness of the both cities and of the cross border region Bulgaria – Serbia.
The project relies on the use of interactive approaches for promotion of sustainable development of cultural tourism and nature in the city and creation of social cores – heterotopias for presentation in competitive and attractive way of the cultural and historical heritage of the both municipalities. The cultural and information cores are differentiated in the both cities.

In Botevgrad:
* The Clock Tower in Botevgrad, which will be opened for visitors and it is turned into space for culture and alternative stage for events. A mounting of system “periscope" is envisaged for viewing Botevgard from nearly 30 m height. The aim of the socialization is to take the clock tower into a new dimension - from a stationary sign-identifier for the city to a space for culture, engaged in the development of community identity
* Open Air Museum – it is realized externally around the existing building of the Historical museum and includes three sectors – permanent exposition, temporary exposition and outdoor lectorure hall. It is envisaged placement of 11 pedestals with built-in lighting, differentiation of a game zone for young explorers as well as the mounting of design stone pots and benches Naguisa.
* Promoting center – exterior and technological equipped. It includes tourist information center, telepresence hall and space for contemporary art, as well as rehabilitation of adjacent exterior spaces through installation of vertical LED video screen for outdoor conditions and vertical landscaping with irrigation system.

In Leskovac:
* Information center for visitors, including reconstruction and rehabilitation of the entrance and the ground floor of the National Museum and creation of conditions for tourist presentation of the cultural heritage of the city, with an emphasis on the better access for people with disabilities.
* Creation of a space for Lapidarium –outdoor exhibition space where will be exposed exhibits of hundreds of years. About 15 exhibits are placed on special pedestals, which will show the life from 8000 years history of this region.
* Digitalization and creation of virtual reality of permanent expositions for preservation of the cultural heritage - creation of a digital museum inventory database, a virtual presentation of the Permanent exposition of the National Museum in Leskovac.
By using modern technologies - 3D scanning and virtual reality and equipment for promotion and sustainable use the cultural heritage of Leskovac will be presented to young people, people with disabilities, domestic and foreign tourists.
It is included also virtual dressing – an interactive application, implemented in the permanent exposition of the National Museum of Leskovac, which allows visitors to “test” different combinations of costumes from the end of 19th century and the beginning of 20th century, as in practice they choose and dress them. The virtual 3D clothing models and the tracking of the movement are activated with the Kinect device.

Mobile application Мобилна апликация „Muzejonica“ with creative games, which inspire a visit in National Museum of Leskovac.

Within the project are developed a tourism map, an online tourist guide, a film for presentation of the both cities and a book, presenting attractive tourist objects of the municipalities.
The project is co-funded by EU through the Interreg-IPA CBC Bulgaria–Serbia Programme;

This publication has been produced with the assistance of the European Union through the Interreg-IPA CBC Bulgaria-Serbia Programme, CCI No 2014TC16I5CB007. The contents of this publication are the sole responsibility of Botevgrad Municipality and National Museum of Leskovac and can in no way be taken to reflect the views of the European Union or the Managing Authority of the Programme.

КОГАТО СЛЪНЦЕТО Е НАШ ВРАГ

Минерални или химически, с фактор 30 или 50, срещу UVA или UVB лъчи: всичко, което трябва да знаете за плажните млека

Текст РАДОСТИНА НИКОЛОВА / Фотография SHUTTERSTOCK

Съветите за по-дълъг и по-качествен живот са в изобилие, но правилните фини настройки за всеки отделен човек остават обект на индивидуална преценка. Все пак основните и общовалидни правила сякаш са най-простите: да спим достатъчно, да намалим стреса, да пием много вода, да се храним балансирано. Към тези постулати съвсем спокойно може да се нареди защитата на кожата.

КОЖАТА Е НАЙ-ГОЛЕМИЯТ ОРГАН в човешкото тяло и е външната "граница" на организма ни, която има нелеката задача да го защитава от целия спектър влияния на околната среда. Слънцето пък е основният фактор, водещ до преждевременно стареене на кожата. Затова ролята на слънцезащитните продукти е особено важна и колкото по-рано започнем правилно да се грижим за кожата си, като я предпазваме от слънцето, толкова по-дълга младост ѝ гарантираме. Ето защо е важно да обърнем внимание на детайлите по опаковките на слънцезащитните продукти. Така ще можем да направим най-добрия и ефективен избор.

За да преборишврага, първо трябва да го познаваш добре. А врагът са различните видови вредни ултравиолетови (UV) лъчи. Всъщност те са три вида: A, B и C, но само UVA и UVB имат значение, защото UVC са блокирани от озоновия слой на Земята.

UVA ИМАТ НАЙ-ДЪЛГА ВЪЛНА, така че може да достигнат до средните слоеве на кожата. Именно от тях зависи голяма част от еластичността, издръжливостта и здравината на кожата, така че ако междинните нива бъдат увредени, е по-вероятно стареенето на кожата да се ускори. UVA лъчите също така помагат и да хванете тен. Те карат клетките под повърхностния слой на кожата да започнат производство на меланин, който е отговорен за по-тъмния загар.

UVB ЛЪЧИТЕ ИМАТ ПО-КЪСИ ВЪЛНИ И НЕ ПРОНИКВАТ по-далеч от най-външния слой на кожата. Те могат да причинят изгаряне и да доведат до рак на кожата. Обикновено UVB се смятат за по-опасни, но е добре да се предпазвате и от двете. Тук идва ред на популярното съкращение SPF, което означава слънцезащитен фактор (Sun Protection Factor). Числата са индикация за това, колко повече време може да стоите на слънце, след като сте се намазали, без да изгорите, отколкото ако сте без никаква защита. Така например със SPF 15 може да стоите на слънце 15 пъти по-дълго, отколкото ако нямахте нанесен продукт. Със SPF 30 пък времето е двойно по-дълго отколкото с SPF 15 и т.н. Важно е да се отбележи, че тези числа не ви казват колко дълго продуктът остава върху кожата ви всъщност. Времето между две нанасяния не бива да е повече от два часа или до момента, в който се подсушите след плуване или спорт. Обезкуражаващата истина е, че ефективността на слънцезащитния фактор отслабва бързо, без значение колко висок е факторът.

ОТДЕЛНИТЕ НИВА НА СЛЪНЦЕЗАЩИТНИЯ ФАКТОР носят и друго послание, а именно – каква защита като цяло предлагат. Така например SPF 15 предпазва от около 93% от вредните ултравиолетови лъчи, при условие, че е нанесен правилно. SPF 30 блокира 97%, SPF 50 – 98%, а SPF 100 – 99%. Зато-

ва повечето специалисти препоръчват да се ползват продукти със слънцезащитен фактор поне 30. Същевременно няма особен смисъл да харчите много повече пари за продукти с много по-висок фактор. С други думи, по-добре редовно да нанасяте плажно масло с фактор 30, отколкото само веднъж да се намажете обилно с по-висок фактор.
Обръщайте внимание и на това, дали избраният продукт и с широк спектър на защита, тоест дали предпазва и от UVA, и от UVB.

ИМА ОЩЕ ИНДИКАТОРИ, С КОИТО Е ДОБРЕ ДА СТЕ ЗАПОЗНАТИ. PA+ е съкратено от ниво на защита (Protection Grade), като защитата се отнася конкретно за UVA. Това е японска система, с която се измерва ефективността на различните формули. Тъй като нивото на слънцезащитен фактор се отнася до изгарянето, тоест до UVB, когато един продукт има и двата индикатора за защита, знаете, че предлага широк спектър на защита. Любопитен детайл е, че може да срещнете PA+ индикация с един плюс, но и с четири. Въпреки това броят на плюсовете няма отношение нито към силата, нито към продължителността на предпазващото действие. Така че може да следвате няколко прости правила: ползвайте слънцезащитен продукт с фактор 30, нанасяйте го прилежно на всеки два часа или след всяко мокрене.

СЛЪНЦЕЗАЩИТНИТЕ ПРОДУКТИ МОГАТ ДА БЪДАТ минерални (понякога наричани и „физически“) или химически или пък комбинация от двете. Обикновено тези, които лесно се абсорбират от кожата са химични, а минералните правят кожата матова, като я покриват с тънък слой.
Химическите съставки блокират UV лъчите, като ги абсорбират и неутрализират, така че да не могат да навредят на кожата ви. Най-често използваните вещества са авобензон, октисалат, оксибензон и хомосалат. Те могат да навлязат в кръвообращението и следи от тях да бъдат открити дори няколко седмици след нанасяне на продукта. Поради това мнозина са скептични към химическите слънцезащитни продукти. Въпреки това те се ползват от десетилетия без кой знае какви странични ефекти, подобно на дезодорантите, съдържащи алуминий.

МИНЕРАЛНИТЕ ПРОДУКТИ ОТ СВОЯ СТРАНА просто стоят върху кожата и не позволяват на UV лъчите да проникнат. Те обикновено съдържат цинков оксид и/или титаниев диоксид. Ефективните формули обикновено оставят минимални или никакви следи по кожата, докато при нискокачествените си личи ясно, че току-що сте се намазали.
Като цяло, трябва да нанасяте слънцезащитен продукт 30 минути преди излагане на слънце, защото може да е нужно време продуктът да попие и да осигури пълна защита. За цялото тяло е достатъчно количество колкото една чаша за шот. Дори и в облачни дни и през зимата трябва да се нанася слънцезащитен крем. Понякога до 80% от UV лъчите преминават през облаците. През зимата пък снегът ги отразява.
Препоръчително е да носите слънцезащитен продукт всеки ден, дори и да не сте на плаж и дори да не се излагате продължително на пряка слънчева светлина. Ако си създадете този навик, значително ще намалите стареенето на кожата и вероятността от рак на кожата или перманентни щети. ■

WHEN THE SUN IS OUR ENEMY

Physical (Mineral) or chemical, factor 30 or 50, UVA or UVB protection: everything you need to know about sunscreens

All around us are bountiful resources and wellness tips of how to have a longer and better life, though the correct fine-tuning settings for each of us will always be a matter of personal perception. Yet, when it comes down to the fundamental, universal rules, it seems they are the most simple as well: get enough sleep, reduce stress, drink a lot of water, eat a balanced diet. Right next to these postulates we can without delay set the rule of skin protection.

SKIN IS THE LARGEST ORGAN in the human body and its outermost "border", bearing the difficult task of protecting it from a full range of environmental influences. Sun exposure is the main cuase of premature skin aging. That's why sunscreen products are so important and the earlier we start taking proper care of our skin, protecting it from the sun, the longer it will be young and youthful looking. Therefore, it is quite useful to pay attention to the details on the packaging of sunscreen products, making in this way the best and most effective choice.
To defeat an enemy, you must know them first. In our case, the enemies are the various types of harmful ultraviolet (UV) rays. In fact, there are three types of them: A, B and C, but only UVA and UVB matter, as the UVC is blocked by the Earth's ozone layer.

THE UVA HAVE THE LONGEST WAVELENGTH, which means they can get to the middle layers of our skin. The middle layers are the ones maintaining the elasticity, vitality and strength of the skin, and if they are damaged, the aging of the skin is likely to advance more quickly. UVA rays are also the cause of your skin tan. They stimulate the cells under the surface layer of the skin to start producing melanin, the pigment responsible for the coloring of our skin, and darker tan, respectively.

UVB RAYS HAVE SHORTER WAVES AND DO NOT PENETRATE farther from the outermost layer of the skin. They can cause sunburns and lead to skin cancer. UVB are generally considered to be the more dangerous of the two, but you'd better be careful and protect from both types. Now we are going to talk about the popular abbreviation SPF, which means Sun Protection Factor. The numbers show you how longer you can stay in the sun without getting burned after splashing on the sunscreen, compared to being without the sunscreen. For example, having SPF 15 on, means you can stay in the sun 15 times longer than having not applied the product. Applying SPF 30 means the time you can stay in the sun without burns will be twice as long as the SPF 15 factor, etc. It is important to note that these numbers do not tell you how long the product actually stays on your skin. The time between two applications should not be more than two hours or, if you have been swimming or doing sports, right after drying your skin. The disappoining truth is that the effectiveness of the sun protection factor fades away quickly, no matter how high it is.

THE DIFFERENT GRADES OF THE SUN PROTECTION FACTOR convey still another message, namely – they tell us about the overall protection they give. For example, SPF 15 protects us against aboout 93% of the harmful ultraviolet rays, provided it is applied correctly. SPF 30 blocks 97%, SPF 50 - 98%, and SPF 100 - 99%. That's why most experts recommend using products with a sun protection factor of at least 30. At the same time, it doesn't make much sense to spend a lot more money on products with a higher factor. You'd better regularly apply a 30 factor sunscreen to your skin than batter a large amount of a higher factor only once.
It is also vital to pay attention to the range of protection the selected product provides, i.e. whether it protects against both UVA and UVB.

THERE ARE OTHER INDICATORS THAT ARE IMPORTANT TO BE AWARE OF. PA + is an abbreviation of the level of protcton (Protection Grade), the protection concerning exactly the UVA. A Japanese system, measuring the effectiveness of various formulas. As the sunscreen level refers to the level of burning, i.e. the UVB, a product having both protection indicators will be indicating a wider range of protection. It is a curious detail there are a PA + indication with one plus and a PA indica-

tion with four pluses. Nevertherless, the number of pluses don't reflect the strength or duration of the protective action. Therefor, follow these simple rules: use a 30 factor sunscreen, apply neatly every two hours or everytime your skin gets wet.

SUNSCREENS CAN BE mineral (sometimes called 'physical') or chemical, or a combination of both. The ones that are easily absorbed by the skin are usually chemical, while the mineral ones make the skin matte by covering it with a thin layer.
The chemical sunscreens block the UV rays, absorbing and neutralizing them so that they cannot harm your skin. These usually contain substances such as avobenzone, octisalate, oxybenzone and homosalate. They are capable of entering the bloodstream and traces of them can be found there weeks after application of the product. That is why a lot of people are questioning the usefulness of the chemical sunscreens. The chemical sunscreens, however, have been used for decades without any side effects, like the deodorants containing aluminum.

MINERAL PRODUCTS, ON THE OTHER HAND, simply cover the skin and do not allow the UV rays to penetrate further. They usually contain zinc oxide and / or titanium dioxide. Effective formulas usually leave minimal or no marks on the skin, while with lower-quality formulas you can tell you have just had them on your skin.
In principal, you should apply sunscreen 30 minutes before sun exposure to allow the product absorb and provide complete protection. If you want it for the whole body, one glass shot should be enough. Don't forget to apply your sunsreen even on cloudy days and in the winter. We know that sometimes up to 80% of the UV rays can pass through the clouds, while in winter the snow reflects them.
Wear your sunscreen every day, even if you are not on the beach, and even if you are not exposed to direct sunlight! Hammer down this habit and you will significantly turn down the process of skin aging and the likelihood of skin cancer or permanent damage. ■

Kavident
DENTAL CLINIC

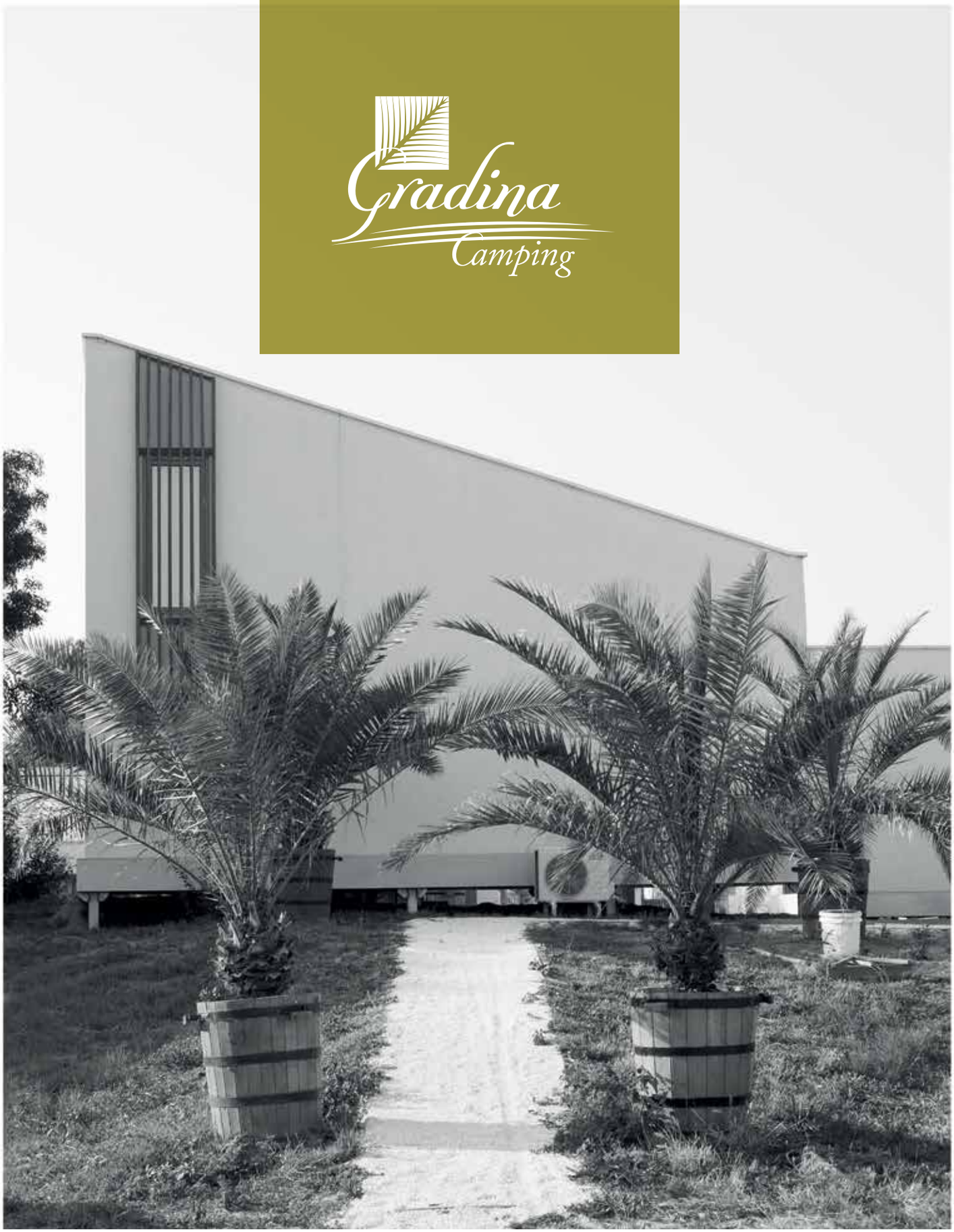
DENTAL CLINIC KAVIDENT
www.kavident.com
+359 887 925 737
+359 2 495 06 20
Sofia, Bulgaria, Rikardo Vakarini 10A str.

Apteka puls.bg

Погрижи се за тези, които обичаш

- СЛЕДЕТЕ НИ, ЗА ПО-ДОБРИ ЦЕНИ
- БЕЗПЛАТНА ДОСТАВКА НАД 50 ЛВ. ЗА ЦЯЛАТА СТРАНА
- СЪБИРАЙТЕ БОНУС ТОЧКИ

apteka.puls.bg



Кампинг Градина

За повече информация и резервации:

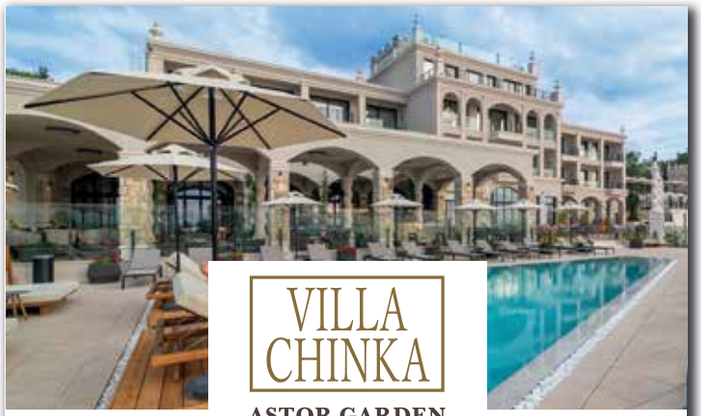
+359888 77 33 44
office@campinggradina.com
reservation@campinggradina.com
www.campinggradina.com

20 ГОДИНИ

INVESTOR.BG

Всеки факт е актив

Summer vacation at Sts. Constantine and Helena Resort



VILLA CHINKA
ASTOR GARDEN HOTEL
Sts. Constantine and Helena Resort

Price from 600 BGN
Bed and Breakfast

www.villachinka.com

ASTOR GARDEN HOTEL
Sts. Constantine and Helena Resort

Price from 250 BGN
Ultra All Inclusive

www.astorgardenhotel.com

HOTEL PRIMORSKI

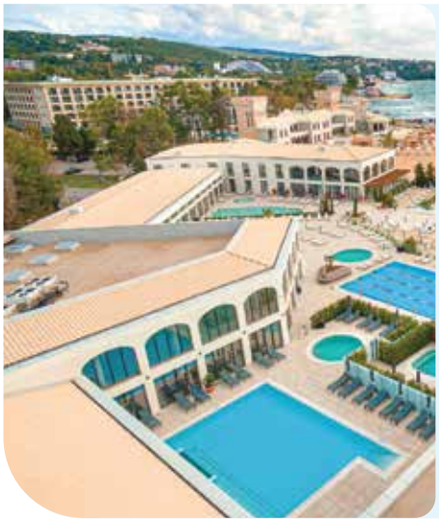
Price from 130 BGN
Bed and Breakfast

www.hotelprimorski.com

AZALIA
HOTEL BALNEO & SPA
★★★★

Price from 180 BGN
Ultra All Inclusive

www.azaliahotel.com



AQUA HOUSE
THERMAL & BEACH

www.aquahouse.bg

Sts. Constantine & Helena Resort

ДЪХЪТ НА ЛЯТОТО

Откъде произлиза ментата, наистина ли има вълшебни свойства и каква е разликата между нея и добрия стар джоджен

Текст ЯСЕН БОРИСЛАВОВ / Фотография SHUTTERSTOCK

В последните години прясната мента някак изведнъж и неочаквано излезе на мода. В заразватчийските магазини и по пазарите вече я продават целогодишно в спретнати малки връзки. Там тя стои като нещо насъщно необходимо, почти колкото магданоза и копъра. Трудно е да се обясни причината за този внезапно пробуден интерес. Модата е нещо капризно и трудно се подчинява на някакви рационални обяснения, особено модата при вкусовете, които по принцип са нещо твърде консервативно.

ВПРОЧЕМ МЕНТАТА ВИНАГИ е присъствала в бита, макар и някак по-дискретно. Свежият ѝ аромат се приема за естествен и желан не само в чая, но също в сапуни, шампоани и пасти за зъби, в някои лекарства, както и при сладкарски изделия. Ментовите дъвки и бонбони винаги да били едно от любмите лакомства за децата. През лятото една от типичните напитки с дух на курортно-отпускарска безметежност е ментовката с лед. Нека добавим, че без прясна мента един от най-популярните летни коктейли би бил невъзможен. Става дума за вездесъщото „Мохито".

ИЗГЛЕЖДА, ПРИЧИНА ЗА новопробудения интерес към това растение са многобройните ползи, които му се приписват. Препоръчват го за отслабване, при дихателни, сърдечно-съдови, неврологични и стомашни проблеми, а също при депресии и като леко болкоуспокояващо средство. Древният произход, както и популярността му от много стари времена ясно личат от гръцката митология. Според популярния митологичен разказ растението носи ▶

▶ името на нимфата Минта, в която бог Хадес бил влюбен. Неговата съпруга Персефона, ревнива и отмъстителна като повечето дами на Олимп, щом разбрала за тази емоционална връзка, направила магия и превърнала нимфата в растение. Нямало как да се развали магията, тъй като при деянията на боговете няма заден ход, но Хадес като малка компенсация дарил растението с приятно свеж аромат, който се разнасял при всяко докосване.

У НАС МЕНТАТА Е ПОЗНАТА предимно като лековита билка, от която се правят чайове и разни лечебни настойки. От мента се извлича и ментолово масло с широко приложение в козметиката и фармацията. В някои старинни лековници билката се препоръчва при гадене, болки в стомаха, главоболие, депресия, безсъние, като болкоуспокояващо и като антисептик. И това са само част от приписваните на ментата полезни свойства. Древния Рим с мента ароматизирали залите за пирове. По онова време хората вярвали, че билката подпомага паметта и усилва мозъчните функции. Известно е, че когато пирува човек, трябва непременно да е с добра памет и със засилени мозъчни функции, първо за да не върши прекалено големи глупости и после за да може да си ги спомни. Впрочем убеждението, че ментата стимулира мозъчната дейност и паметта все още е актуално и има медицинско обяснение, свързано със съдържанието на различни активни вещества. Истината е, че възможностите ѝ са много по-големи. Освен в козметиката и фармацията тя дискретно присъства и в кухнята, макар че у нас само по-изтънчени кулинари се отнасят сериозно към нежните и свежи зелени листенца.

ПРОИЗХОДЪТ НА КУЛТУРНАТА МЕНТА (mentha piperita) е неясен. Сигурно е, че още през Античността растението е било широко разпространено в Азия и Югоизточна Европа, поради което трайно се е настанило в местните кухни. Много хора бъркат културната мента с джоджен (Mentha spicata) и неговите разновидности. Двете растения, макар и в съвсем близко родство, са различни като аромат. Ментата е с по-свеж и лютиво сладникав мирис. Трудно е човек да си представи пресни ягоди с джоджен, но листенцата от мента там вършат прекрасна работа. Всъщност културната Mentha piperita е получена от кръстосването на Mentha aquatica (водна мента) и Mentha spicata (джоджен). И трите разновидности са от семейство Устоцветни. У нас са разпространени десетина вида дива мента. Расте най-често в сенчести и мочурливи места. Най-подходящото време за бране е през юли и август.

НЕКА ВИДИМ КАКВО МОЖЕ прясната мента в кухнята. Също като много други подправки, в миналото и тя се е придвижвала от изток на запад. Особено характерна е за ориенталските кухни. Някои добре познати ястия в оригиналните си източни варианти се подправят с листа от прясна мента. Твърде характерен пример е тараторът, който в Турция се нарича джъджък и обичайно вместо с копър се подправя със ситно нарязани листа от мента. По същия начин се предлага и в Иран, откъдето впрочем тази класическа лятна студена супа произхожда. Оригиналната ливанска салата „Табуле" също се прави с листа от мента, а не само с магданоз, както обикновено я предлагат у нас. В Тайланд с мента правят салати на основата на пилешко месо. В Южен Виетнам често поднасят свежите листа като добавка към различни ястия.

ЛЮБОПИТНО Е, ЧЕ ДО XVII ВЕК и в Европа ментата е била твърде популярна като подправка, но век по-късно поради неясни причини е отстъпила пред други аромати. Сега ментата се завръща, за да освежи и да придаде екзотичен привкус на много ястия. Най-осезателно е присъствието ѝ при десертите. В една плодова салата няколко стръкчета мента създават усещане за пролет. Ако вместо мента се сложи джоджен, вкусът става съвсем различен. Възможна е дори асоциация с бобена чорба, при която джодженът е нещо задължително. Прясната мента много добре се комбинира с диня и пъпеш. Преди няколко години съчетанието мента-шоколад изглеждаше като нещо особено модерно и дори екстравагантно. Днес вече не прави особено впечатление. Ментата стои добре в салати с кус-кус и киноа. При някои месни ястия (например пиле) ментовият сос също стои напълно логично.
Естествено, най-широко е присъствието ѝ при десертите. Там тя участва в сиропи, лимонади, сладоледи, кремове и т.н.

МЕНТАТА ИМА ОЩЕ ЕДНО сериозно предимство. Тя не е особено претенциозна за отглеждане и лесно се хваща в саксия. Може спокойно да си я завъдите на балкона, за да ви е под ръка в цялата ѝ освежаваща прелест, винаги когато ви потрябва. Ментата има и още едно незаменимо свойство, за което рядко се говори. Казват, че помагала за подобряване на настроението. Как точно го прави, не е ясно, но било доказано. Което сигурно я прави така желан и харесван аромат за лятото. ■

САУТСАЙД / SOUTHSIDE
Смачкайте няколко листа мента на дъното на шейкъра с 20 мл прост захарен сироп. Добавете 20 мл сок от лайм, 50 мл джин и после налейте прецедената течност върху лед. Украсете с мента.
Crush a few mint leaves on the bottom of the shaker with 20 ml of simple sugar syrup. Add 20 ml of lime juice, 50 ml of gin and then pour the filtered liquid on ice. Garnish with mint.

МЕНТОВ КУУЛЪР / MINT COOLER
Във висока чаша сложете десетина резенчета краставица, нарязан на тънки резени джинджифил, две резенчета лайм, две стръкчета мента и 60 мл водка. Намачкайте добре и допълнете с газирана вода
In a tall glass put a dozen slices of cucumber, cut into thin slices of ginger, two slices of lime, two sprigs of mint and 60 ml of vodka. Knead well and top up with sparkling water

НЕ Е САМО МОХИТО

IT'S NOT JUST THE MOJITO

Четири класически коктейла с мента, които приятно ще ви разнообразят

Four classic cocktails with mint that will pleasantly diversify you

ГРАСХОПЪР / GRASSHOPPER
30 мл ликьор Creme de Menthe, 30 мл ликьор Creme de Cacao, малко Branca Menta, 45 мл сметана. Разбийте добре и сервирайте, поръсен с черен шоколад
30 ml Creme de Menthe liqueur, 30 ml Creme de Cacao liqueur, a little Branca Menta, 45 ml cream. Beat well and serve, sprinkled with dark chocolate

МЕНТОВ ДЖУЛЕП / MINT JULEP
Класически коктейл от зората на XIX век. Във висока чаша стрийте няколко листа мента с две бучки захар. Долейте 60 мл бърбън и допълнете чашата с натрошен лед
A classic cocktail from the dawn of the XIX century. In a tall glass, grind a few mint leaves with two lumps of sugar. Add 60 ml of bourbon and fill the cup with crushed ice

THE TASTE OF SUMMER

Where did peppermint originate, does it really have magical properties and how does it differ from spearmint

By KONSTANTIN TOMOV / Photography STEREO MCS

In recent years, fresh peppermint suddenly and unexpectedly came into vogue. It is now sold all year round in neat little bunches at greengrocers and fruit and vegetable markets. Indeed, it has gained the status of a daily necessity, almost on a par with parsley and dill. It's difficult to explain the reason for this sudden interest. Fashion is unpredictable and rarely subject to rational explanations, especially trends in tastes, which as a rule are very conservative.

ACTUALLY, PEPPERMINT HAS always been part of our daily life, albeit more subtly. Its natural fresh aroma is desirable not only in tea, but also in soaps, shampoos and toothpaste, in some medicines, as well as in confectionery. Peppermint chewing gum and candy have always been a favourite with children. In summer, a typical drink symbolic of a carefree and relaxing holiday spirit is crème de menthe with ice. And let's not forget that one of the most popular summer cocktails – the omnipresent Mojito – would be impossible without fresh mint leaves.

IT SEAMS THAT THE REASON for the revived interest in this plant are the many benefits attributed to it. It is recommended for slimming, for respiratory, cardio-vascular, neurological and stomach problems, as well as for depressions and as a mild painkiller.
Its ancient origin, as well as its popularity since ancient times are clearly evidenced in Greek mythology. According to a popular mythological story, the plant is named for the naiad Minthe, with whom the God Hades fell in love. But once she heard of his romance, his wife Persephone, jealous and vindictive as most ladies on Mount Olympus, cast a spell and turned the naiad into a plant. The spell could not be broken, because the acts of gods cannot be undone, but as a small compensation, Hades endowed the plant with a pleasant fresh aroma that spread at every touch.

IN BULGARIA PEPPERMINT IS KNOWN mainly as a medicinal herb, used for making teas and various medicinal infusions. Peppermint oil, an essential oil that is widely used in the cosmetics industry and pharmaceutics, is extracted from peppermint. Some old herbal manuals recommend the herb for nausea, stomach pain, headache, depression, insomnia, as a painkiller and antiseptic. These are just some of the useful properties attributed to mint. In ancient Rome, peppermint was used to aromatise the venues of feasts. In those days people believed that the herb aided memory and stimulated brain function. It is known that when feasting, you should keep your wits about you to avoid doing foolish things you don't remember afterwards. Peppermint helped. In fact, the conviction that peppermint stimulates brain activity and memory has a medical explanation, related to the content of the various active substances in it. But the truth is that its potential is much bigger. Besides in cosmetics and pharmaceutics, it is also discreetly present in the kitchen, even if in Bulgaria only sophisticated gourmets truly appreciate its tender and fresh green leaves.

THE ORIGIN OF PEPPERMINT (Mentha piperita) is unknown. What is known is that already in antiquity the plant was widespread in Asia and Southeast Europe, due to which it found a lasting place in local cuisines. Many people confuse peppermint with spearmint (Mentha spicata) and its varieties. The two plants, although closely related, differ in aroma. Peppermint has a fresher and hot sweetish taste. It's difficult to imagine fresh strawberries with spearmint, but the mint leaves do a great job there. In fact, Mentha piperita is a cross between Mentha aquatica (watermint) and Mentha spicata (spearmint). All three varieties are perennial plants. About a dozen types of wild mint grow in Bulgaria. They grow most often in shady and marshy places and are best picked in July or August .

LET'S SEE WHAT FRESH MINT can do in the kitchen. Like many other spices, in the past it, too, moved from East to West. It is particularly typical of Oriental cuisine. Some well-known dishes in their original eastern variations are seasoned with fresh mint leaves. A typical example is tarator, which in Turkey is called cacık and is usually seasoned with finely chopped mint leaves instead of dill. It is served the same way in Iran, where this traditional cold soup actually originates. The original Lebanese Tabbouleh salad is also made with mint leaves, rather than only with parsley as it is usually served in Bulgaria. In Thailand, mint is used as a basis for chicken salads. In South Vietnam, fresh mint leaves are often served as a side dish.

ODDLY, RIGHT UP TO THE 17TH CENTURY peppermint was very popular as a spice in Europe, too, but a century later, for unknown reasons, it gave way to other aromas. Now peppermint is coming back to pep up and lend an exotic flavour to many dishes. Its presence is most noticeable in desserts. In a fruit salad, a few sprigs of peppermint create a sense of spring. And if you use spearmint instead of peppermint, you get quite a different taste. It could even be associated with bean soup, where spearmint is an absolute must. Fresh peppermint goes very well with both watermelon and sugar melon. A few years ago, the mint-chocolate combination was particularly fashionable and even extravagant. Today you don't think twice about it. Peppermint is great with couscous and quinoa salads. Mint sauce is also excellent with some meat dishes (e.g. chicken).
Of course, it is most often used in desserts. It is part of syrups, lemonades, ice-creams, crèmes, etc.

PEPPERMINT HAS ANOTHER major advantage. It is not particularly demanding and is easily grown in a pot. You can grow it on your balcony, to always have some fresh mint handy when you need it. Peppermint has one final unique property that is rarely mentioned. It is meant to be conducive to a good mood. Exactly how, is unknown, but it has been proven. Which is probably why it is such a desirable and appealing aroma for summer. ■

ПО ПЪТЯ КЪМ ЛЕГЕНДАТА

Ресторант в сърцето на града обединява
класика и модерност
София ул. Аксаков 14, градска градина "Кристал"

Местоположението на ресторант „Градски легенди“ е златно - на метри от жълтите павета. Класиката и модерното си подават ръка в цялостния стил на заведението, в елегантния му интериор и дори в наименованията на ястията в менюто му. „Някои го предпочитат горещо“; „Старецът и морето“; „Американски прелести“ и „Роди се звезда“ тук не са литературни или филмови произведения, а кулинарни шедьоври. „Градски легенди” е храм на стековете и рибите от цял свят, които пристигат тук от пасищата и пристанищата на Япония, Австралия, Аржентина, САЩ и България. Голямата новина свързана с ресторанта е, че „Градски легенди“ кандидатстват за най-високия клас японско говеждо и съвсем скоро може да се окаже първият ресторант в България, който предлага митичното Кобе. На шеф Евгения Боянова са поверени предястията и десертите. Едно от най-новите ѝ творения ще ви очарова с канапе от изпечен на място бриош, огненочервена сьомга с гарнитура от парченца лайм, печено резене и прясна градинска салата. Въпреки че в момента не са в сезон, пошираната круша и шоколадовият мус, все още са едни от най-обичаните ни десерти. Лятото вече е тук и градината на „Градски легенди“ вече е готова. С чаша вино от богатата ни листа или авторски коктейл бохемският дух на това софийско кътче е завършен.

ON THE ROAD TO THE LEGEND

A restaurant in the heart of the city combines
classic and modern
Sofia 14 Aksakov Str., City garden "Crystal"

The location of the restaurant “GRADSKI LEGENDI" (Urban Legends) is golden - meters from the yellow cobblestones of Sofia. Classic and modern go hand in hand in the overall style of the restaurant, in its elegant interior and even in the names of the dishes on its menu. "Some prefer it hot"; The Old Man and the Sea; "American Beauty" and "A Star Is Born" here are not literary or film works, but culinary masterpieces. “GRADSKI LEGENDI“is a temple of steaks and fish from around the world, which come here from the pastures and ports of Japan, Australia, Argentina, USA and Bulgaria. The big news related to the restaurant is that “GRADSKI LEGENDI“ is applying for the highest class of Japanese beef and may soon be the first restaurant in Bulgaria to offer the mythical Kobe. Chef Evgenia Boyanova is entrusted with appetizers and desserts. One of her latest creations will enchant you with a canapé of locally baked brioche, fiery red salmon garnished with pieces of lime, roasted fennel and fresh garden salad. Although they are not in season at the moment, poached pears and chocolate mousse are still some of our favorite desserts. Summer is here and the Garden of “GRADSKI LEGENDI“ is ready. With a glass of wine from our rich leaves or an author’s cocktail, the bohemian spirit of this corner of Sofia is complete.

ПРАВИЛА ЗА ПРЕВОЗ НА БАГАЖ ПО ПОЛЕТИТЕ НА БЪЛГАРИЯ ЕЪР

Всички пътници на „България Ер“ имат право на превоз на безплатен ръчен багаж 10 кг + дамска чанта/лаптоп в салона, а в зависимост от избраната класа и тарифа и на регистриран багаж (в багажника на самолета). 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“ спазва системата PIECE CONCEPT, базирана на броя, теглото и размерите на чекирания багаж.

BAGGAGE ALLOWANCE ON BULGARIA AIR FLIGHTS

All passengers of Bulgaria Air are entitled to free carriage of cabin baggage 10 kg + personal item/laptop, as well depending on the chosen class of service and fare to a checked baggage (in the luggage compartment of the airplane). Baggage transportation on regular flights is based on some general rules and the policy of Bulgaria Air, which you should consider. Bulgaria Air baggage policy complies with the PIECE CONCEPT system based on the quantity, weight and dimensions of the checked-in baggage.

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:

ИКОНОМИЧНА КЛАСА

1 брой ръчен багаж до 10 кг и размери 55x40x23 см (сумарна дължина* до 118 см) + дамска чанта/лаптоп

ТАКСИ ЗА РЕГИСТРИРАН БАГАЖ

- Първи брой регистриран багаж до 23 кг и до 158 см*:
- Вътрешни полети – 15 евро в посока;
- Международни полети – 20 евро в посока**.
- За пътуване до/от Дубай – 30 евро в посока

> В случай на по-тежък, по-обемен или допълнителен чекиран багаж, се прилагат стандартните условия на „България Ер“.

> Регистриран багаж може да бъде закупен преди полет на летище или чрез издателя на билета.

> Притежанието на карти CCB Club, карта Visa Platinum от ЦКБ, кобрандирана карта от ЦКБ и „България Ер“, както и златна карта FLY MORE не дава право на безплатен чекиран багаж по тарифа без багаж.

***** Сумата от външните размери на дължината, височината и широчината на багажа /l+h+w/.

****** За пътуване от Лондон – 20.00 GBP, от Цюрих – 20 CHF, от Тел Авив – 20 USD.

При пътуване от някоя от гръцките дестинации (Солун, Атина, Родос, Корфу или Хераклион) регистриран багаж или свръхбагаж може да бъде заявен само чрез издателя на билета или през Центъра за обслужване на клиенти по имейл на callfb@air.bg или телефон +359 2 40 20 400.

ТАРИФИ С РЕГИСТРИРАН БАГАЖ

Всеки пътник, закупил билет по тарифа с включен регистриран багаж, има право да превози в багажника на самолета безплатен багаж, както следва:

По международни и вътрешни линии:

БИЗНЕС КЛАСА

- 2 броя ръчен багаж с общо тегло до 15 кг (размери до 55x40x23 см всеки) + 1 дамска чанта/лаптоп;
- 2 броя регистриран багаж до 32 кг и до 158 см* всеки.

ИКОНОМИЧНА КЛАСА

- 1 брой ръчен багаж до 10 кг и размери 55x40x23 см (сумарна дължина* до 118 см) + 1 дамска чанта/лаптоп;
- 1 брой регистриран багаж до 23 кг и до 158 см*.

Изключения

- ***ЗЛАТНА КАРТА FLY MORE***
- ***БИЛЕТИ, ЗАПЛАТЕНИ С КАРТА VISA PLATINUM ОТ ЦКБ***
- ***БИЛЕТИ, ЗАПЛАТЕНИ С КОБРАНДИРАНА КАРТА „БЪЛГАРИЯ ЕЪР И ЦКБ“***
- ***ЧЛЕНОВЕ НА ПРОГРАМАТА CCB CLUB***
- ***МОРЯЦИ******

  2 броя по 23 кг и до 158 см* всеки, за полети, при които оперира превозвач е авиокомпания „България Ер“.
- ***БЕБЕТА ОТ 0-2 ГОДИНИ***

  В случай че тарифата, по която е издаден билетът на възрастния, 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/слизане 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 таксата 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 e-mail: 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

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:

ECONOMY CLASS

1 piece of hand baggage up to 10 kg and with dimensions 55x40x23 cm (total length up to 118 cm)* + 1 personal item / laptop bag

FEES FOR CHECKED BAGGAGE CARRIAGE

- First piece of checked baggage up to 23 kg and up to 158 cm*:
- Domestic flights – EUR 15 one way;
- International flights – EUR 20 one way**.
- For travel to/from Dubai - EUR 30 one way

> In case of heavier, above volumes or additional piece of checked baggage, the standard conditions of Bulgaria Air apply.

> Checked baggage can be purchased before the flight at the airport or through the issuer of the ticket.

> Possession of CCB Club card, Visa Platinum card from CCB, co-branded card from CCB and Bulgaria Air, and FLY MORE gold card does not entitle free checked baggage on tariff without baggage.

***** The maximum allowed volume is the sum of the external length, height and width of the baggage /l+h+w/.

****** For travel from London – 20.00 GBP, from Zurich – 20 CHF, from Tel Aviv – 20 USD.

When traveling from any of the Greek destinations (Thessaloniki, Athens, Rhodes, Corfu or Heraklion) checked baggage or oversize baggage can be requested only through the ticket issuer or through the Customer Service Center by email at callfb@air.bg or phone +359 2 40 20 400.

TARIFFS WITH CHECKED-IN BAGGAGE

Each passenger with a ticket purchased in a tariff that includes checked baggage is allowed to transport in the luggage compartment of the airplane free baggage allowance as follows:

International and Domestic flights

BUSINESS CLASS

- 2 pieces hand baggage with a total weight up to 15 kg (dimensions 55x40x23cm each) and 1 personal item/laptop bag;
- 2 pieces of checked baggage up to 32 kg and 158 cm* each.

ECONOMY CLASS

- 1 piece of hand baggage up to 10 kg and with dimensions 55x40x23 cm (total length up to 118 cm)* + 1 personal item / laptop bag;
- 1 piece of checked baggage up to 23 kg and up to 158 cm*.

Exceptions

- ***GOLD CARD FLY MORE***
- ***TICKETS PAID WITH VISA PLATINUM CARD BY CCBANK***
- ***TICKETS PAID WITH CO-BRANDED CARD BULGARIA AIR / CCBANK***
- ***MEMBERS OF THE CCB CLUB PROGRAM***
- ***SEAMEN******

  2 pieces of 23 kg and up to 158 cm each* for flights operated by Bulgaria Air.
- ***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. 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. 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 of card CCB Club, Visa Platinum CCB, co-branded card from CCB and Bulgaria Air, and Gold Card FLY MORE does not entitle the additional free checked baggage on tariff without luggage.

допълнителен чекиран багаж по тарифа без багаж.
******* За да се възползвате от условията ни за превоз на моряци, е необходимо билетът да бъде издаден в по-специална моряшка тарифа. За повече информация и резервация можете да се обърнете към Центъра за обслужване на клиенти на тел.: +359 2 4020 400 или на e-mail callfb@air.bg, бюрата на авиокомпанията в страната и чужбина, както и чрез агентската мрежа.

ПЪТНИКЪТ МОЖЕ ДА ПРЕВОЗВА И ПОВЕЧЕ ОТ БЕЗПЛАТНАТА НОРМА БАГАЖ СРЕЩУ ДОПЪЛНИТЕЛНО ЗАПЛАЩАНЕ *

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 и 158 см – 50 евро;
Допълнителна бройка – трети багаж до 23 кг до и 158 см – 100 евро.

За пътуване от Лондон посочените тарифи са съответно 50/70/100 GBP, от Цюрих 50/70/100 CHF, от Тел Авив 50/70/100 USD.
При пътуване от някоя от гръцките дестинации (Солун, Атина, Родос, Корфу или Хераклион) допълнителен регистриран багаж или свръхбагаж може да бъде заявен само чрез издателя на билета или през Центъра за обслужване на клиенти по имейл на callfb@air.bg или телефон +359 2 40 20 400.

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 и 158 см – 20 евро;
Допълнителна бройка – трети багаж до 23 кг до и 158 см – 50 евро;
*Багаж с тегло над 32 кг може да се превозва само като карго.

Специални категории багаж

СПОРТНА ЕКИПИРОВКА
Превозът на спортна екипировка не влиза в нормата на безплатния чекиран багаж. Таксува се 50 евро в посока, като допълнително парче чекиран багаж. Максимални размери до 23 кг и до 203 см сумарна дължина.
Изключение: За всички директни полети, оперирани от „България Еър“:
• Безплатен превоз на един чифт ски/сноуборд екипировка

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.
Международни линии: 70 евро в посока. **Вътрешни линии:** 30 евро в посока.

ОРЪЖИЕ
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 Еър“. Превозът на огнестрелни оръжия не може да бъде потвърден в случаите, когато авиокомпания „България Еър“ 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 Еър“ 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 Еър“ си запазва правото да откаже превоз на огнестрелни оръжия и боеприпаси.
• Ловни пушки и патрони – комплект до 15 кг: такса 50 евро в посока;
• Ловни пушки и патрони – при общо тегло над 15 кг: такса 70 евро в посока;
• Късо огнестрелно оръжие (пистолет): такса 20 евро в посока.
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*;
• Максимални размери на клетката – 48 x 35 x 22 см;
• Не се включва в безплатната норма багаж и се заплаща такса от 60 евро в посока.

ДОМАШНИ ЛЮБИМЦИ В БАГАЖНИКА /AVIH/
• Без ограничение в теглото на животното;
• Максимални размери на клетката – 110 x 65 x 70 см;
• Не се включва в безплатната норма багаж, заплаща се такса:
при тегло на животното и контейнера до 32 кг - 100 евро в посока
при тегло на животното и контейнера над 32 кг - 140 евро в посока**

Важни уточнения за превоза на домашни любимци:
• Превозът на домашни любимци задължително подлежи на потвърждение от Авиокомпанията. За потвърждение е необходимо да се свържете с Центъра ни за обслужване на клиенти на телефон: +359 2 402 0400 или по e-mail callfb@air.bg;
• Приемат се за превоз само кучета и котки;
• „България Еър” не приема за превоз животни до и от Великобритания;
• Бойните и опасни породи се приемат за превоз само като карго (напр. Американски питбул териер, Стафордширски бултериер, Американски стафордширски териер, Бултериер, Американски булдог, Дого Аржентино, Кангал (Анатолийска овчарка), Кавказка овчарка, Ротвайлер, Родезийски риджбек, Доберман, Кане Корсо и др.)

*за полети FB1431/1432 до и от Париж, където оперираща превозвач е Air France, максималното тегло за превоз на PETC е 6 кг.

** Животни с тегло с контейнера над 32 кг не се приемат за превоз до/от Брюксел.

*** За смесени превози с участието на „България Еър“ и други партньорски авиокомпании в маршрута могат да бъдат прилагани други условия за багаж**

*** In order to take advantage of our conditions for the transportation of seamen, the ticket must be issued at a special seaman fare. For more information and reservations, please contact the Customer Service Center at +359 2 4020 400 or e-mail callfb@air.bg, any of the Bulgaria Air offices or through the travel agent network.

THE PASSENGER MAY CARRY MORE THAN THE FREE BAGGAGE ALLOWANCE AT ADDITIONAL COST *

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.

For travel from London the indicated fares are respectively 50/70/100 GBP, from Zurich 50/70/100 CHF, from Tel Aviv 50/70/100 USD
When traveling from any of the Greek destinations (Thessaloniki, Athens, Rhodes, Corfu or Heraklion) additional piece of checked baggage or oversize baggage can be requested only through the ticket issuer or through the Customer Service Center by email at callfb@air.bg or phone +359 2 40 20 400.

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;
***** Baggage with weight over 32 kg may only be carried as cargo.

Special categories of baggage

SPORT EQUIPMENT
Transportation of sport equipment is not included in the quota of checked baggage. It is charged as an extra piece of checked baggage – EUR 50 in direction.
The equipment must be of maximum weight and total dimensions 23 kg and 203 cm.
Exception: for all flights operated by Bulgaria Air:
• Free carriage of 1 piece of ski / snowboard equipment.

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.
International flights: EUR 70 per direction. **Domestic flights**: EUR 30 per direction.

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. Bulgaria Air reserves the right to deny carriage of firearms and ammunition.

• Hunting rifles and cartridges – total weight up to 15 kg: fee EUR 50 per direction;
• Hunting rifles and cartridges – total weight over 15 kg: fee EUR 70 per direction;
• Short-barrel firearms (pistol): fee EUR 20 per direction.
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 the animal and the cage – up to 8 kg*;
• Maximum dimensions of the cage – 48 x 35 x 22 cm;
• The pet is not included in the free baggage allowance, and a fee of EUR 60 per direction applies.

PETS IN THE HOLD /AVIH/
• No limitation in the weight of the animal;
• Maximum dimensions of the container – 110 x 65 x 70 cm;
• The pet is not included in the free baggage allowance, and the following fees apply:
At the weight of the animal and container up to 32 kg – EUR 100 per direction;
At the weight of the animal and container over 32 kg – EUR 140 per direction.

Important information for live animal transportation:
• Pets transportation (both PETC and AVIH) is a subject to compulsory confirmation from the Airline. For confirmation please contact our Customer Service Centre at +359 2 402 0400 or by e-mail: callfb@air.bg;
• Only dogs and cats are accepted for transport;
• Bulgaria Air does not accept animals to and from Great Britain;
• Fightng and dangerous breeds are accepted for carriage only as cargo (example: American Pit Bull Terrier, American Staffordshire Terrier, Staffordshire Bull Terrier, Bull Terrier, American Bulldog, Dogo Argentino, Karabash (Kangal), Anatolian Shepherd Dog, Caucasian Ovcharka (Caucasian Shepherd Dog), Rottweiler, Rhodesian Ridgeback, Doberman, Cane Corso, etc.).

* For flights FB1431/1432 to and from Paris where operating carrier is Air France, the maximum weight of PETC is 6 kg.

** Animals weighing over 32 kg together with the container are not accepted for carriage to / from Brussels.

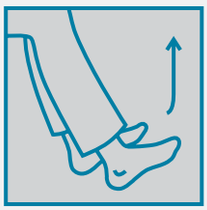
*** For partner flights involving Bulgaria Air and other partner airlines, other luggage conditions may apply.**

ГОТОВИ ЗА ПОЛЕТ

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.

FIT TO FLY

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. Задръжте така 15 секунди.

ГРЪБ И РЪЦЕ
15 пъти
Поставете и двете стъпала на пода и стегнете корема. Навеждайте се напред, докато ръцете Ви не опрат пръстите на краката.

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 Еър“ са с безупречна поддръжка и могат да устоят на всякаква турболенция.

Опитайте да се отпуснете – вдишвайте дълбоко през носа и задържайте въздуха няколко секунди, преди да го издишате.

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 aircrafts 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.

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 полета 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.

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

„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 с „България Ер“.

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 лекар- ства без рецепта, но нашият съвет е винаги да се консултирате с лекар кои са най-подходящи за Вас

ВАШИЯТ БАГАЖ
Избягвайте тежкия ръчен багаж. Носенето му може да претовари организма Ви. Да седнеш в креслото уморен и задъхан, 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. Оставете 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 полети на „България Еър“. На кабинния екипаж е наредено да следи за изпълнението на забраната. Не пушете в тоалетните, които са оборудвани с датчици за дим.

УПЪТВАНИЯТА ЗА БЕЗОПАСНОСТ
Преди заминаване и пристигане кабинният състав на „България Еър“ 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 Еър“ 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 уведомявате за потребностите си.

ПРИ ПРИСТИГАНЕ
Пазете багажните си купони, за да намерите лесно багажа си. Отделете малко време, за да се аклиматизирате след пристигането си.

YOUR COMFORT AND SAFETY IN THE AIR

Bulgaria Air wishes you a safe and comfortable journey. Our highly trained flight deck 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.

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 to 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-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 your 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.

От 6 ноември 2006 г. в Европейския съюз са в сила нови мерки за сигурност, които ограничават количеството течности в ръчния багаж. Те трябва да са в самостоятелни опаковки до 100 мл всяка и общо до 1 л, поставени в самозапечатващ се прозрачен плик, който подлежи на проверка от служителите по сигурността. Ограниченията се отнасят за следните течности: вода, напитки, супи, сиропи, гримове, кремове, лосиони, гелове, парфюми, дезодоранти, спрейове, паста за зъби, пяна за бръснене и не включват медикаменти и бебешки храни за ползване по време на пътуването, но те подлежат на проверка.
Списъкът посочва някои от забранените за пренос предмети, без да бъде изчерпателен. Моля, консултирайте се с летищния персонал за по-пълна информация.

Уважаеми пътници,
В съответствие с директива на Европейската комисия 68/2004 от 15 януари 2004 г., 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 харпуни / имитации на огнестрелно оръжие, в това число детски играчки /оръжейни части, с изключение на уреди за телескопично виждане / пожарогасители / електрошокови уреди / брадви, секири, сатъри, томахавки / лъкове, къси копия / всякакви заострени метални предмети, които могат да послужат за нараняване / ножове, независимо от предназначението им /саби, мечове / бръсначи, скалпели / ножици, с режеща част, по-дълга от 6 см / бормашини, отвертки, клещи, чукове / кънки за лед / всички видове спортни стикове, бухалки, щеки и тояги / всички видове оборудване за бойни спортове / амуниции, гранати, мини, военни експлозиви / детонатори / газ и газови контейнери / всякакви пиротехнически средства / хлор, парализиращи спрейове, сълзотворен газ / терпентин, разредител и аерозолна боя / напитки с над 70% съдържание на алкохол.

From November 6, 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, hatc ets, 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.

ДОМАШНИ ЛЮБИМЦИ
FLYING WITH PETS

Защото знаем, че те са част от Вашето семейство – възползвайте се от услугата ни за превоз на домашни любимци!

При превоза на домашни любимци в пътническата кабина /PETC/ максималното допустимо тегло на животното и клетката е 8 кг, а размерите на клетката 48 x 35 x 22 см. За услугата се заплаща такса от 60 евро в посока.

При превоз на домашни любимци в багажното отделение /AVIH/ няма ограничение в теглото на животното, а максималните размери на клетката са 110 x 65 x 70 см. При общо тегло до 32 кг се заплаща такса 100 евро, а над 32 кг – 140 евро в посока.
Превозът на домашни любимци задължително подлежи на потвърждение от Авиокомпанията.

Могат да бъдат превозвани само кучета и котки, като единствено до и от Великобритания не се предлага услугата превоз на животни.

Бойните и опасни породи се приемат за превоз само като карго.

Пътниците, които желаят да пътуват с домашен любимец (куче или котка), предварително трябва да се запознаят с инструкциите за превоз на домашни любимци на авиокомпанията на www.air.bg и да спазват всички условия на регламент 576/2013. Регламентът е задължителен за всички страни членки на ЕС. По време на check-in документите на любимеца, ще бъдат обстойно проверени. Паспортът трябва да отговаря на общоприетия международен образец.

Because we know they are part of your family – take advantage of our service for animal transportation!

When transporting pets in the passenger cabin /PETC/ the maximum weight of the animal and the cage is up to 8 kg and the maximum dimensions of the cage – 48 x 35 x 22 cm. A fee of EUR 60 per direction applies.

When transporting pets in the luggage compartment /AVIH/ there are no limitations in the weight of the animal.
The maximum dimensions of the container are 110 x 65 x 70 cm.

At the weight of the animal and container up to 32 kg, a fee of EUR 100 per direction applies, if the weight is over 32 kg – EUR 140 per direction applies.

Pets' transportation is a subject to compulsory confirmation from the Airline.

Only dogs and cats are acceptedfor transport.
Animal transportation to and from Great Britain is not allowed.

The fighting and dangerous breeds are accepted for carriage only as cargo.

Passengers willing to travel with a pet (dog or a cat), should get acquainted in advance with the airline's instructions for traveling with pets on www.air.bg as well as to observe and follow all the conditions of Regulation 576/2013. The regulation is mandatory for all EU member countries. During check-in the pet's documents will be thoroughly checked. The passport must comply with the generally accepted international model.

UPGRADE TO BUSINESS CLASS
UPGADE ДО БИЗНЕС КЛАСА

Upgrade до бизнес класа, за да е перфектно

„България Еър" Ви дава възможност да повишите комфорта на своето пътуване благодарение на услугата Upgrade до бизнес класа.

Upgrade може да бъде закупен от 24 часа до 40 минути преди излитане, при наличие на свободни места. Освен удобство и комфорт, услугата Ви носи още редица предимства като приоритетни чекиране и качване в самолета, допълнителен багаж, достъп до бизнес салоните на летищата и бизнес класа кетъринг. Ако сте член на програма FLY MORE, печелите и повече точки.

Важно е да се отбележи, че при полет с прекачване трябва да се спази разрешението за превоз на багаж и на другия превозвач. Съветваме Ви да заявите UPGRADE минимум 2 часа преди излитане на полета от София, за да се насладите и на кетъринга като част от всичките предимства.
Таксата за услугата Upgrade е 50 евро* в посока по вътрешни линии и 100 евро* в посока по международни линии.

Можете да закупите Upgrade чрез Центъра за обслужване на клиенти на тел.: +(359) 2 40 20 400 или по e-mail на callfb@air.bg, както и в офисите на „България Еър", чрез издателя на билета или на летището преди полет.

*За отсечката Лондон – София таксата е 100 паунда.

Upgrade to business class to be perfect

Bulgaria Air gives you the opportunity to increase the comfort of your trip with the Upgrade to the business class service.

The Upgrade may be purchased from 24 hours to 40 minutes before scheduled departure in case of availability.

By choosing it you get not only comfort and convenience, but also priority check-in and boarding in the airplane, additional baggage, access to airport business lounges and business class catering. If you are a member of our frequent flyer program FLY MORE, you earn more points as well.

Please note that in case of a connecting flight, the luggage permit of the other carrier must be checked and observed with.

We also advise you to request UPGRADE at least 2 hours before the departure from Sofia in order to enjoy catering as part of all the benefits of the service.
The Upgrade fee is EUR 50 in direction for domestic flights and EUR 100 in direction for all international flights.

Upgrade can be purchased at our Customer Service Center: +(359) 2 40 20 400 or via e-mail: callFB@air.bg, and also in the Bulgaria Air offices, through the ticket issuer or at the airport before the flight.

ПОВЕЧЕ КОМФОРТ
MORE COMFORT

Добавете повече удобство към Вашето пътуване!

Как? Като запазите своето място с допълнително пространство и повече комфорт срещу такса от 20 евро на посока, или изберете своето предпочитано място, близо до изхода, срещу такса от 10 евро на посока. Услугата е налична за директните полети, изпълнявани от авиокомпанията. Седалките с повече пространство и комфорт са разположени на 3 ред и авариен изход, а тези на 4 ред можете да резервирате като предпочитани, поради близостта им до изхода и възможността бързо да се отправите към крайната точка или трансферния си пункт.
Можете да заявите и заплатите своето място чрез Центъра за обслужване на клиенти на тел.: +(359) 2 40 20 400 или по e-mail на callfb@air.bg, както и в офисите на „България Еър", чрез издателя на билета и на летището преди полета. Съветваме Ви да заявите услугата предварително, за да си гарантирате налично място и да спестите време на летището. Следва да се има предвид, че има пътници, които не могат да бъдат настанявани на аварийни изходи, например хора с физически, психически и слухови увреждания, възрастни хора, деца и бебета (със или без придружител) и пътници с наднормено тегло.

За Тел Авив таксата е в щатски долара, за Лондон в паунда, за Цюрих в швейцарски франка.

Travel even more comfortable

Bulgaria Air gives you the opportunity to guarantee more in-flight comfort!
How? Just book your seat with extra space and more comfort for 20 EUR per flight or book your preferred seat near the exit f for 10 EUR per flight. The service is available for all direct flights operated by Bulgaria Air. Seats with extra space are located on the 3rd row and emergency exit, while those at 4th row can be booked as a preferred due to their proximity to the exit point and the availability they provide for the passenger to head straight to his final destination or transfer point.
You can request and prepay your seat by contacting our Customer Service Center at +(359) 2 40 20 400 or via e-mail: callfb@air.bg, as well as in the Bulgaria Air's offices, through the ticket issuer and at the airport prior the flight.
We recommend you to request the service in advance to make sure we have an available seat for you and to save time at the airport.
It should be considered that here are passengers who cannot be seated in an emergency exit row (some of the seats with extra leg space are situated next to these exits) such as people with physical, mental and hearing impairments and limitations, elderly people, children and babies (including unaccompanied minors (UMNR) and overweight passengers.

For Tel Aviv the fee is in USD, for London in GBP, for Zurich in CHF

ПРЕВОЗ НА НЕПРЕДРУЖЕНО ДЕТЕ
UNACCOMPANIED MINOR

Пътуване на деца без придружител

Доверете се на услугата на „България Еър" за превоз на непридружени деца и бъдете спокойни за своето дете по време на полет!

• За деца на възраст между 3 и 5 г. осигуряваме ескорт – стюард, който да посрещне детето от изпращача на отправното летище, да го придружи по време на всички летищни процедури до качване в самолета, да се погрижи лично за спокойното му пътуване и да го предаде на посрещача при пристигане. За детето се заплаща пълната тарифа без детско намаление, плюс 50% от еднопосочната тарифа в М класа и двупосочни летищни такси за стюарда-придружител.

• За деца между 5 и 11 г. се осигурява служител, който да посрещне детето от изпращача на отправното летище, както и такъв, който да го предаде на посрещача при пристигане. За детето се заплаща пълната тарифа без детско намаление, плюс UM такса в размер на 50 евро на отсечка за международни полети и 30 евро за вътрешни полети. За София – Лондон таксата е 60 евро, а за Лондон – София е 60 паунда.

• По желание на родителите, деца от 12 до 18 г. могат също да се възползват от услугата срещу заплащане на UM таксата. На тях се предоставя същата услуга като за деца между 5 и 11 г. За да се възползвате от услугата, е необходимо да отправите запитването си поне 2 седмици преди полета на callfb@air.bg.

Детето Ви задължително трябва да носи със себе си валиден паспорт.

Една стюардеса може да придружава две деца от едно семейство – братя и сестри, които пътуват заедно. За тях се заплаща една UM такса.

Unaccompanied minors flying

Trust the Bulgaria Air service for unaccompanied minors and let them flying without any worries!

• For children between 3 and 5 years old we provide an escort – flight attendant who will pick up the child from the person who is escorting him/her at the departure airport, will be next to the child during all airport procedures until boarding the plane, personally take care of the child's safe journey during the flight and will hand him/her over to the welcoming person at the arrival airport. The full ticket fare is payable for the child (without a child's discount), plus 50% of the one-way fare in the M class and two-way airport taxes for the escort flight attendant.

• For children between 5 and 11 years old a staff member is provided to welcome the child from the escorting person at the departure airport, as well as a person to hand him over to the welcoming person at the arrival airport. The full ticket fare is payable for the child (without a child's discount), plus a UM fee of EUR 50 in direction for international flights and EUR 30 in direction for domestic flights. For Sofia – London the fee is EUR 60 and for London – Sofia is GBP 60.

• Per parents request, children between 12 and 18 years old could also take advantage of the service, against payment of the UM fee. They are provided the same service as for children between 5 and 11 years of age.

In order to take advantage of the service, you should make your inquiry at least two weeks prior the flight at callfb@air.bg

Your child must carry a valid passport with him/her. One flight attendant can accompany two children from the same family – brothers and sisters who travel together. For them is paid a single UM fee.

THE FACE OF

Bulgaria Air

National Carrier www.air.bg

CODESHARE PARTNERS

Codeshare partnerships are an integral part of Bulgaria Air route portfolio. They enable the airline to provide it`s customers more frequencies to a particular destination as well as to widen its destinations list at facilitated booking procedure.

АЭРОФЛОТ Российские авиалинии

SOFIA – MOSCOW
VARNA / BURGAS – MOSCOW

AIRFRANCE

SOFIA – PARIS / VARNA
PARIS – NICE / LYON / BORDEAUX

Alitalia SKYTEAM

SOFIA – ROME / MILAN / VARNA / BURGAS
ROME – MILAN / TURIN / FLORENCE / GENOA / NAPLES / PIZA / VENICE / BOLOGNA / TRIEST / VERONA / CATANIA / BARI / PALERMO / LAMECIA TERME / BRINDIZI / REGGIO CALABRIA / MADRID / BARCELONA / AMSTERDAM / LONDON / PARIS / BRUSSELS / PRAGUE / GENEVA / MALTA

IBERIA

SOFIA – MADRID
MADRID – LAS PALMAS / TENERIFE

KLM

SOFIA – AMSTERDAM

CSA CZECH AIRLINES

SOFIA – PRAGUE
PRAGUE – BUDAPEST / COPENHAGEN / DUSSELDORF / HAMBURG / GOTEBORG / REYKJAVIK

AEGEAN
A STAR ALLIANCE MEMBER

SOFIA – ATHENS / LARNACA / VARNA / BURGAS
ATHENS – BEYRUT / TEL AVIV / EREVAN / NICE / TBILISI
LARNACA – TEL AVIV

Cyprus airways

SOFIA – LARNACA / PRAGUE / ZURICH / VARNA / BURGAS
LARNACA – BEIRUT / TEL AVIV

AirSERBIA

SOFIA – BELGRADE / TEL AVIV / LARNACA / VARNA
BELGRADE - GENEVA

TAROM ROMANIAN AIR TRANSPORT

VARNA/BURGAS – SOFIA – BUCHAREST

QATAR AIRWAYS القطرية

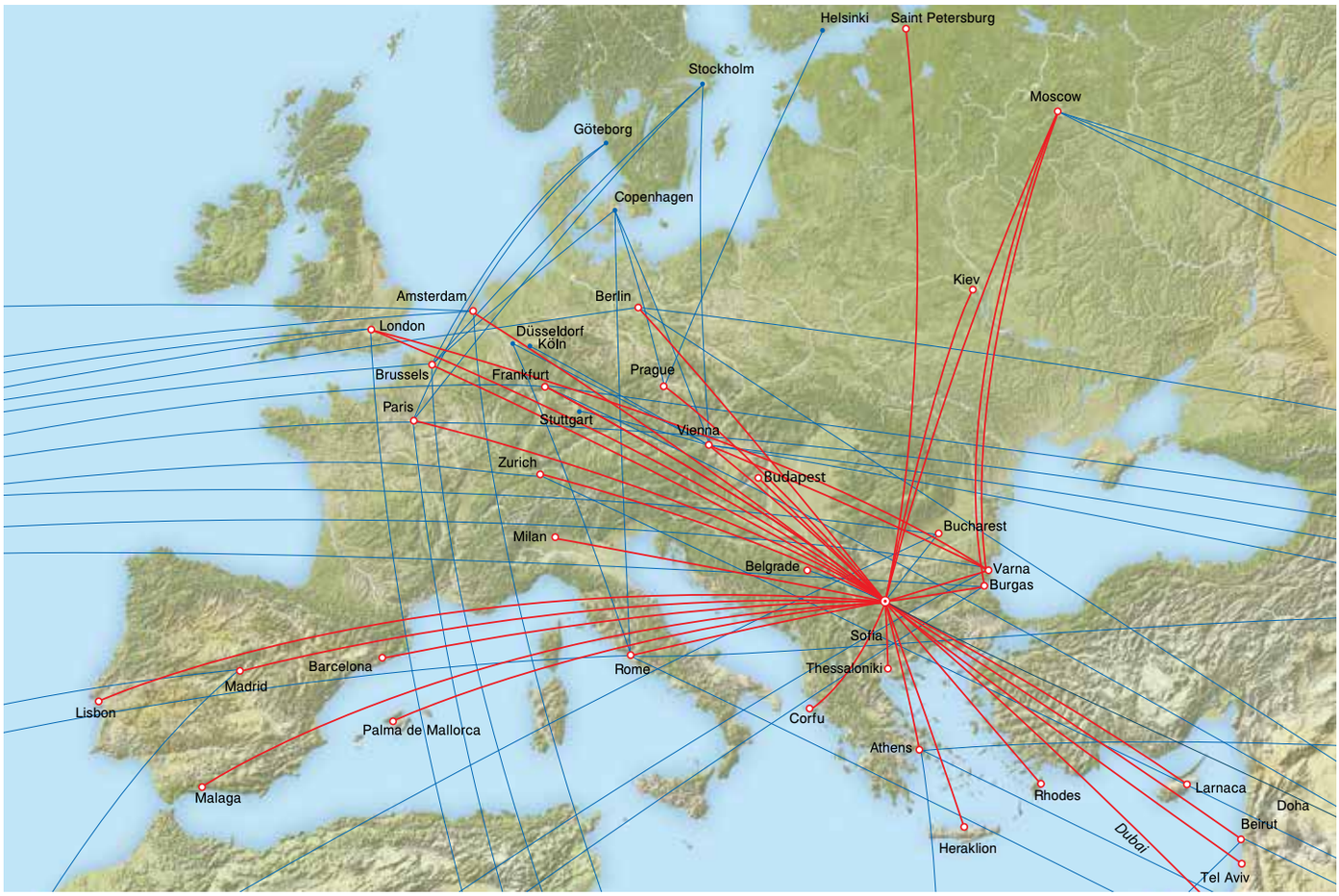
Sofia – Doha / Bucharest / Varna / Burgas

WINDROSE reliable wings

SOFIA – KIEV / VARNA

Дестинации
Destinations

Bulgaria Air
National Carrier www.air.bg



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, предоставящ на партньорските авиокомпании изключителната възможност да увеличат броя на предлаганите дестинации през даден пункт и да отговорят 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:

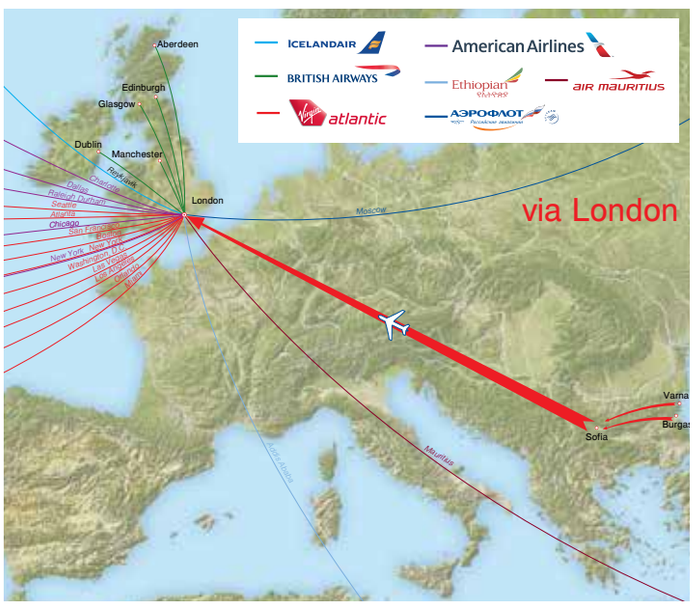
Interline agreement позволява взаимното признаване на билетите и по този начин съществено допринася за това двете авиокомпании да могат да предлагат продукта на партньора по редовни линии.

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.

Bulgaria Air
National Carrier www.air.bg

Летете до всяка точка на света с България Еър и партньори.
Fly anywhere across the world with Bulgaria Air and partners.

Летете до всяка точка на света с България Еър и партньори.



Fly anywhere across the world with Bulgaria Air and partners.

БЪЛГАРИЯ ЕЪР: Къде да ни намерите?
BULGARIA AIR: Where to find us?

SOF BOJ VAR	**Customer Service Center** 1, Brussels Blvd Sofia Airport, Sofia 1540 *Working Hours:* *Every day 08:00-22:00 Local Time*	phone: +359 2 402 04 00 e-mail: callFB@air.bg www.air.bg
	Head office 1, Brussels Blvd Sofia Airport, Sofia 1540 *Working Hours:* *Monday - Friday* *09:00-17:30 Local Time*	fax: +359 2 984 02 03 e-mail: office@air.bg www.air.bg
	Sofia City Office 2 Ivan Vazov Street *Working hours:* *Monday – Friday* *09:00 – 17:30 Local time*	phone: +359 2 402 03 93 e-mail: tickets1@air.bg www.air.bg
	FLY MORE Office 1, Brussels Blvd Sofia Airport, Sofia 1540	phone.: +359 888 903 943 +359 2 984 02 96 e-mail: flymore@air.bg www.air.bg
	Varna Airport Office Varna Airport Terminal 2, Departures *Working hours Opens 2 hours prior to scheduled departure*	phone: +359 52 573 321 fax: +359 52 501 039 e-mail: varna@air.bg www.air.bg
	Varna City Office 55, 8-mi primorski polk blvd *Working Hours:* *Monday - Friday:* *09:00 - 17:00 Local time* *Saturdays customers are served by email and phone from 10:00 to 16:00 Local time.*	phone: +359 52 651 101 e-mail: varna_city@air.bg www.air.bg
	Shumen City office *Shumen, Patleyna 10 str.* *Monday-Friday: 09:00-17:00*	phone: +359 887 84 01 71 e-mail: shumen@air.bg www.air.bg
BRU	**Belgium, Brussels** *Working hours:* *Monday - Friday* *10:00–19:00 Local Time*	phone: +32 470 401 260 e-mail: brussels@air.bg www.air.bg
LCA	**Cyprus, Nicosia** "Louis Aviation" – 11 Lemesos Avenue, 2112 Nicosia, P.O. Box 21301, 1506 Nicosia, Cyprus.	phone: +357 225 88 182 fax: +357 223 76 606 e-mail: bulgariaair@louisgroup.com www.air.bg

BER	**Germany, Berlin** Bulgarian Air Tour Leipziger str 114-115, 10117 Berlin, Germany *Working hours:* *Monday - Friday* *09:00-18:00 Local Time*	phone.: +49 30 2514405 +49 30 2514460 fax: +49 30 2513330 e-mail: info@berlin-bat.de www.air.bg
LON	**United Kingdom, London** Airport office Heathrow Ticket Pod 3 (Zone G) Terminal 4 Heathrow Airport TW6 3FB *Working hours:* *Monday - Friday* 09:30 - 17:30 *Local Time*	phone: +44 208 745 9833 +44 788 966 4174 e-mail: LHR@bulgaria-air.co.uk www.air.bg
MOW	**Russia, Moscow** **City Office** 3 Kuznetzkiy Most Str., Moscow, 125009, Russia *Working hours:* *Monday - Friday:* *09:00-13:00/14:00-18:00 Local Time* *Saturday: 10:00-14:00* *(between June and September)*	phone: +7 49 5789 9607 e-mail: ticketmow@air.bg moscow@air.bg www.air.bg
	Airport office Sheremetyevo airport, Terminal F, fl. 2, ticket desks 10 and 14 *Working hours:* *Opens 2 hours before flight*	e-mail: svoapfb@mail.ru www.air.bg
TLV	**Israel - Tel Aviv** Open Sky LTD 25 Ben Yehuda Str. Israel 63806, Tel Aviv *Working hours:* *Sunday - Thursday:* *09:00-17:00 Local Time*	phone: +972 379 51 355 fax: +972 379 51 354 e-mail: annie@open-sky.co.il www.air.bg
USA	Mailing Address: 1819 Polk St #401 San Francisco, CA 94109 *Working Hours:* *Monday - Friday 9am - 5pm,* *Saturday - Sunday 9am -1pm (EST)*	phone: 1-855-FLY-TO-BG (359-8624) e-mail: tickets@bulgariaairusa.com www.air.bg
VIE	**Austria, Vienna** Intervega Reisen Tiefer Graben 9, A-1010 Wien, Austria *Working Hours:* *Monday - Thursday* *09:00-17:30 Local Time* *Friday* *09:00-17:00 Local Time*	phone: +43 1 5352550 0 900 220013 (domestic line) fax: +431 5352552 e-mail: intervegareisen@aon.at office@intervega.at www.air.bg

BOSCH
Техника за живота

Живей #LikeA**Bosch**

Решението за съхранение на храни: NoFrost хладилници с фризер и система VitaFresh XXL поддържат храната по-дълго свежа и ви помагат в намаляването на хранителните отпадъци, за да живеете по-устойчиво и комфортно от всякога.

CashBack#
Период на акцията:
01.05. - 30.09.2021

5* YEARS WARRANTY
5* ГОДИНИ ГАРАНЦИЯ

МАРКА №1 В ЕВРОПА
битова техника**

*Законовата гаранция на уреда е за срок от 2 години. За удължаване на гаранцията се изисква регистрация. Повече информация на www.bosch-home.bg.
**Източник: Euromonitor, обеми продажби, 2020
#CashBack-премия се изплаща до 4 седмици от датата на покупка и след регистрация на https://promotion-bshhome.bg.

VitaFresh XXL

Съхранявай по-дълго, без отпадъци – поддържат храната по-дълго свежа при около 0°C

NoFrost

Никога повече няма да се налага да размразяваш фризера си

PerfectFit

Гъвкав монтаж в ниши и плътно до стени

A GREAT FRUIT SNACK

DETELINA'S

nuts and dried fruits

MY LOVE MARKS

detelina.com