



Янко Георгиев, Изпълнителен директор
Yanko Georgiev, Executive Director

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

В нормален майски ден над 30 000 самолета пресичат европейското небе. Статистиците ще ви кажат, че те изминават средно по 46 милиона километра дневно – почти хиляда обиколки на земното кълбо или сто пъти разстоянието от Земята до Луната.

За нас в "*България Ер*" е удоволствие да сме част от тази трескава активност – особено през май, най-хубавият месец за пътуване.

През тази пролет ви предлагаме нови, подобрени честоти до някои от основните ни дестинации, и по-атрактивни цени, разбира се. Освен това вече можете да изберете мястото си на самолета още в момента, в който купувате билета си – напълно безплатно.

Естествено, няма да спрем дотук. В основата на фирмената ни философия

стои една-единствена цел: да работим непрекъснато, за да направим вашето пътуване максимално гостъпно, удобно и лесно. Защото, както споменах, то е едно от най-хубавите неща в живота. Особено през пролетта. Така че очаквайте още добри новини от "*България Ер*". Съвсем скоро.

Пожелавам ви приятен полет!

Янко Георгиев,
Изпълнителен директор

Dear Passengers,
Welcome aboard *Bulgaria Air*!

On an average day in May over 30 000 planes cross the European sky. Statisticians will tell you that they cover 46 million kilometres a day – nearly a thousand times around the globe or a hundred times the distance from the Earth to the Moon.

For us in *Bulgaria Air* it's a pleasure to be part of this hectic activity – especially in May, the best month to travel.

This spring we offer you new and improved flights to some of our main destinations and more attractive prices, of course. In addition, you can now choose your seat on the plane the moment you buy your ticket – totally free of charge.

Naturally, we won't stop here. At the root of our company philosophy there's one single goal: to work continuously to make your journey as affordable, comfortable and easy as possible. Because, as I've mentioned, it's one of the best things in life. Especially in spring. So, wait for more good news from "*Bulgaria Air*". Really soon.

I wish you a pleasant flight!

Yanko Georgiev
CEO



Bulgaria Air
National Carrier www.air.bg



до **Цюрих** и обратно
за
to **Zurich** and back
for

207 €*

за двупосочен билет
for a round trip ticket



повече полети
и по-ниски цени
more flights
and low prices

* Цената включва:

- всички такси
- безплатен чекиран багаж до 23 кг и ръчна чанта до 10 кг
- кетъринг на борда
- безплатен избор на място в самолета

* The price includes:

- all taxes
- free of charge check-in luggage up to 23 kg and a handbag up to 10 kg
- catering on the board
- free seat selection

Трупайте точки с програмите ни за лоялни клиенти
Collect points with our frequent flyer program

FLY MORE

www.air.bg/fly/frequent-flyer

Club

www.ccb-club.bg



Повече информация на
More information at

www.air.bg

**11 | BUSINESS
ECONOMY**



28 | Правото да избираш

Зарина Генчева,
изпълнителен директор
на "Метрореклама"

**30 | The Right
to Choose**

**12 | Числа и лица
Numbers & faces**

**14 | Интервю:
Пер Ютнегор**

**16 | Interview:
Per Utnegaard**

**20 | Балканизацията на
Калифорния**

**22 | California's
Balkanization**

**37 | Балон от чисто
злато**

38 | Bubble of Pure Gold

**53 | ANALYSIS
POLITICS**



**54 | Европа отива
за зъби**

Защо все повече нехаем
за най-напредничавия
политически проект в
историята?

**56 | Europe Can't Be
Bothered**

58 | Коментар

60 | Comment

**62 | Смърт и
възкресение на езика**

**64 | Language Death and
Resurrection**

**67 | SCIENCE
TECHNOLOGY**



**71 | Добрият дизайн
въздейства на-
всякъде**

Главният дизайнер на
Ford Мартин Смит пред
Bulgaria On Air

**75 | A Great Design
Resonates
Everywhere**

**67 | Бирата предпазва и
от рак**

Beer protects against
cancer

**68 | Дигитален инфаркт
Digital heart failure**

**78 | Американски
прелести**

80 | American Beauty

**81 | TRAVEL
LIFESTYLE**



**84 | Трудно е да
бъдеш бог**

В главната роля:
Диего Армандо
Марадона

86 | Hard to Be a God

**82 | Афиш
Poster**

**93 | Неотъпкани пътеки
94 | Unbeaten paths**

**98 | В куфара на Рафал
Валентинович
In the Suitcase of
Rafal Walentynowicz**

**100 | В пълен разцвет
101 | In Full Bloom**

**102 | Чай в пустинята
104 | Tea in the Desert**

RAYMOND WEIL
GENEVE



PRECISION
IS MY INSPIRATION


JULIANY

София: бул. Г.С.Раковски 70, бул.
Витоша 43, ул. Граф Игнатиев 1,
МОЛ София, Сердика Център,
Парадиз Център. Пловдив: МОЛ
Пловдив, ул. Железарска 3.
Бургас: ул. Богориди 23. Варна:
ул. Княз Борис I 45.
Интернет магазин:
www.julliany.com



/jullianywatches



/jullianywatches



Scan for
watch details

raymond-weil.com

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

РЕДАКТОР
Кристина Нигохосян
cnigohosian@bulgariaonair.bg

РЕДАКТОР АНГЛИЙСКИ
Анджела Фету-Чобанов

ПРЕВОДАЧИ
Албена Манафска
Виктория Крумова

АВТОРИ
Бойко Василев
Валери Ценков
Дориана Ранкова
Емил Иванов
Ивайло Петров
Иванина Манчева
Калин Ангелов
Калин Николов
Марина Мартинова
Ясен Бориславов

ДИЗАЙН
BRAND NEW

РЕКЛАМЕН МЕНИДЖЪР
Благовеста Креовска
bkreovska@bulgariaonair.bg
0887 59 11 05

РЕКЛАМЕН КОНСУЛТАНТ
Весела Мишева
vmisheva@bulgariaonair.bg
0887 97 36 46

ИЗДАТЕЛ
България Он Ер Медиа груп

ИЗПЪЛНИТЕЛЕН ДИРЕКТОР
Виктория Миткова

ТЪРГОВСКИ ДИРЕКТОР
Леа Бакалова
lbakalova@bulgariaonair.bg

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

БАНКОВА СМЕТКА
IBAN: BG57 CECB 9790 1019 1023 03
BIC: CECBBG5F
Банка „ЦКБ“ АД – клон Варна

ISSN 1314-2216

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

EDITOR
Cristina Nigohosian
cnigohosian@bulgariaonair.bg

ENGLISH EDITOR
Angela Fetty-Chobanov

TRANSLATORS
Albena Manafska
Victoria Krumova

CONTRIBUTORS
Boyko Vasilev
Valeri Tsenkov
Doriana Rankova
Emil Ivanov
Ivaylo Petrov
Ivanina Mancheva
Kalin Angelov
Kalin Nikolov
Marina Martinova
Yasen Borislavov

DESIGN
BRAND NEW

ADVERTISING MANAGER
Blagovesta Kreovska
bkreovska@bulgariaonair.bg
(+359) 887 59 11 05

ADVERTISING CONSULTANT
Vesela Misheva
vmisheva@bulgariaonair.bg
(+359) 887 97 36 46

PUBLISHER
BULGARIA ON AIR MEDIA GROUP

CEO
Victoria Mitkova

MARKETING DIRECTOR
Lea Bakalova
lbakalova@bulgariaonair.bg

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

Никаква част от това списание не може да бъде възпроизвеждана без изричното писмено съгласие на издателя. Всички права запазени. Редакцията не носи отговорност за рекламните материали / This publication may not be reproduced in part or in whole without the express written consent of the publisher. All rights reserved. The magazine assumes no responsibility for any advertising content.

Новото
BMW Серия 5
Седан

Варна Карс



Радостта
от шофирането



НАЙ-ПРОГРЕСИВНОТО BMW СЕРИЯ 5 ДОСЕГА.

С технологии като автоматична функция старт-стоп, автопилот със спирачна функция, BMW head-up дисплей, BMW Night vision система за нощно виждане с разпознаване на пешеходци, интернет и много други*, BMW Серия 5 Седан е съвършеният баланс между отлично поведение на пътя и технологии. Това е последният ни пример за радост от шофирането. За повече информация посетете www.bmw-varnacars.bg

BMW Серия 5 Седан се предлага с BMW Service Inclusive, включен в цената на автомобила за 5 години или 100 000 км (което настъпи първо).

BMW СЕРИЯ 5 СЪС СТАРТОВА ЦЕНА ОТ 80 300 ЛВ.

BMW EfficientDynamics

По-нисък разход на гориво. Повече удоволствие от шофирането.

Варна Карс

9023 Варна бул. „Вл. Варненчик“ № 320, Телефон: 052/ 739 860, E-mail: sales@bmw-varnacars.bg

* Някои от предлаганите опции са в допълнителното оборудване. Офертата е валидна до 31.05.2014 г. Посочените цени са с включен ДДС. Моля, за подробна оферта, свържете се с нас.

The Magic of Antiquity and Beauty of Nature from Burgas Bay to Strandzha Mountain

Burgas Municipality in partnership with the municipalities of Sredets, Kameno, Primorsko and Malko Tarnovo has created new attractive packages which offer exciting meetings with ancient history and beautiful nature of the area enclosed between the Burgas Bay and Strandzha. Tours combine visits of museums, live meeting with millennial heritage, unforgettable touch to the unique nature acquaintance with cults, usages alive today in the local culture.

• DISCOVER AND SEE • SEE AND DISCOVER •



The Magic of Antiquity

Seven-day tour with a visit to the megalithic sanctuaries Begliktash and Mishkova niva, thermal complex Aquae Calidae, the Roman city Deultum, ancient fortresses Rusokastron and Urdoviza, island monastery "St. Anastasia", rich museum collections in Burgas, Malko Tarnovo and Kiten.

Wonders of Nature

Seven-day tour for nature lovers and visit to ancient megaliths, rock formations, caves and waterfalls, embraced by exotic plants and a inhabited by disappearing animal species.

Memory of the Sea and River

Full of emotion tour to the island of St. Anastasia, boat trip on Ropotamo, unusual look to the secrets of the seabed.

On the Trail of the Thracians

Jeep safari through the land of ancient Thracian among sanctuaries and dolmens. In Asteysk mountain the folklore has kept alive the legends of Dragons mysteries, associated with megalithic culture.

The Lost World

Romantic walk in Malko Tarnovo and architectural reserve Brashlyan - an authentic architecture, delicious local cuisine, forgotten crafts, a beautiful nature and hospitable hosts.

On the Highway of the Birds

Tour of observation of the migration and nesting of birds in the Burgas wetlands in the nature reserves Atanasovsko Lake and Ornithological Center Mandra-Poda.

City of Eighth Augustan Legion Veterans

One-day trip to the ancient Roman colony Deultum – the rich history of more than twenty centuries, collected on the shore of Lake Mandra near Burgas.



Health Path

The cult of mineral waters and health from the famous thermal center of the antiquity Aquae Calidae to the biggest in Bulgaria modern outdoor spa - salt pans in the lake Atanasovsko.

Malko Tarnovo Virgin Mary

One-day tour to the Holy Trinity Church in Malko Tarnovo and the chapel "Virgin Mary" with crowned by Pope John Paul II icon of Virgin Mary - patron of the unity of Christians.

Adventures close to the Sea

Diving to the remains of a sunken ship in Kiten or an underwater chapel from more recent times near Primorsko, kayaking along the Karaagach river, paraglider-flight over the Sea park of Burgas - for those to whom adventure is in their blood.

The Ancient Paths to Asteysk Mountain

Seven-days cycling tour through areas, untouched by modern civilization, beautiful views, Thracian megaliths, Roman tombs and chapels, scattered everywhere.

By visiting these places, you support the development and preservation of the area.



АВТОРИ CONTRIBUTORS



ДОРИАНА РАНКОВА е журналист от икономическата редакция на телевизия *Bulgaria On Air* и водещ на аналитичното предаване *Investbook*. По образование е финансист, работила е в банка и счетоводна къща, преди да се насочи към журналистиката. Обича да спортува и следи всички тенис турнири с българско участие.

DORIANA RANKOVA is a journalist from the economic department at *Bulgaria On Air Television* and presenter of the analytical programme *Investbook*. She has a degree in Finance, worked in a bank and in an accounting firm before turning to journalism. She likes sports and follows all tennis tournaments where Bulgarians participate.



ВАЛЕРИ ЦЕНКОВ е главен редактор на *Temadaily.bg*. Негови публикации са се появявали в *BusinessWeek*, *Sunday Times*, *L'Europeo*, *24 часа*, *Стандарт*, *Тема* и много други. Интересува се особено от икономика, международна политика, езици и история. Когато не е зад компютъра, разпуска с приятели, слуша хардрок и класика или чете в компанията на любимия си котарак.

VALERI TSENKOV is the Editor-In-Chief of *Temadaily.bg*. His work has appeared in publications such as the *BusinessWeek*, *Sunday Times*, *L'Europeo*, *Standart News*, *24 Hours*, *Tema*, *Manager* and many others. He specializes in economics and international affairs and his areas of interest focus on health, social landscapes, language and history. When he's not behind the keyboard, you can find him hanging out in coffee shops with friends, listening to music on his iPod or relaxing with a good novel and his cat.



ИЗБИРАТЕ САМИ МЯСТОТО СИ С "БЪЛГАРИЯ ЕР"

Пътниците на българския национален авиопревозвач вече могат да резервират място в самолета още в момента на покупка на билета. Не е необходимо да изчаквате до отварянето на онлайн-регистрацията, нито да бързате, за да сте първи на гишето за check-in. Просто харесайте

място и го съобщете на своя пътнически агент. Услугата е безплатна.

Ако сте закупили своя билет от www.air.bg, можете да резервирате своето място с обаждане в Центъра за обслужване на клиенти (+359 2/40 20 400).

YOU CHOOSE YOUR SEAT WHEN YOU FLY WITH BULGARIA AIR

The passengers of the Bulgarian national air carrier are already able to book a seat in the plane as soon as they are buying their ticket. You no longer need to wait until the online registration is open, neither should you rush to be the first at the check-in desk. Just choose a seat and tell your travel agent the number. The service is free of charge.

If you buy your ticket at www.air.bg, you can book your seat by calling the Customer Service Centre (+359 2/40 20 400).

RE.
Raiffeisen evolution

Класа в небето над София



Завършен комплекс с редови къщи, апартаменти и 24 часова охрана
кв. Симеоново • sofia-sky.com • 088 560 8232 •  Sofia_Sky

Ипотечен кредит

Дом за теб

с фиксирана лихва

От Вкъщи по-хубаво няма!



за първата година

4.4%



Годишният процент на разходите при кредити за покупка на недвижим имот е в размер на 7,05% при кредит в размер на 40 000 евро, срок на изплащане 15 години, с включени еднократна такса за управление, ежегодна такса за управление на кредита, такса за изготвяне на ипотечна от юрист на ЦКБ АД, фиксиран лихвен процент 4,4% за първата година и плаващ лихвен процент 6,4% (базов лихвен процент (БЛП) + надбавка 1,4%). Обща дължима сума 63 705 евро и размер на месечната вноска 303,96 евро за периода с фиксирана лихва и 343,69 евро за останалия период.



Централна Кооперативна Банка

Важният си ти.

0800 11 400

www.ccbank.bg

Застраховка Помощ при пътуване в чужбина



Със застраховката „Помощ при пътуване в чужбина“ от ЗАД „Армеец“ получавате:

- Висококачествено обслужване на родния език навсякъде по света – 24/7 при спешни случаи
- Изплащане на разходите за медицинско обслужване и репатриране
- Защита по време на пътувания по работа, за удоволствие, за обучение или любителски спортове
- Помощ при здравословен проблем, злополука и спешно зъболечение
- Обезщетяване при загуба, забавяне или кражба на багаж
- Заплащане на суми за причинени щети или увреждания на трети лица
- Покритие в над 200 страни

Винаги с вас!



44 | **СУЕТА ДО НЕБЕТО**
SKY-HIGH VANITY

28 | **ЗАРИНА ГЕНЧЕВА**
ZARINA GENCHEVA



20 | **БАЛКАНИЗАЦИЯТА НА КАЛИФОРНИЯ**
CALIFORNIA'S BALKANIZATION

ЧИСЛА И ЛИЦА FIGURES & FACES

15 000 000

лева са спестени от зимно почистване на пътищата в България заради меката зима, събщи регионалният министър Десислава Терзиева пред *Bulgaria On Air*. Това е била най-евтината зима от гледна точка на пътната поддръжка от 2010 насам, уточни министърът. Спестените средства ще отидат за летни ремонти на пътища. В края на лятото ще бъде пуснат в експлоатация участъкът от магистрала "Струма" от Сандански до границата с Гърция.

EN

levs have been saved from winter cleaning of the roads in Bulgaria due to the mild weather, said Desislava Terzieva, Minister of Regional Development, for *Bulgaria On Air*. This has been the cheapest winter in terms of road maintenance costs since 2010, the Minister added. The money saved will be used for summer road repair works. The section of Struma highway from Sandanski to the Greek border will be put into operation in late summer. ■

30%

е ръстът в регистрациите на нови автомобили в България за първото тримесечие на 2014 спрямо същия период на 2013, сочат данни на европейската асоциация на производителите (ACEA). Средно за ЕС нарастването на продажбите е 8.4 на сто.

EN

has been the growth in registrations of new passenger cars in Bulgaria for the first quarter of 2014 compared to the same period of 2013, according to figures from the European Automobile Manufacturers Association (ACEA). The average EU growth of sales is 8.4%. ■

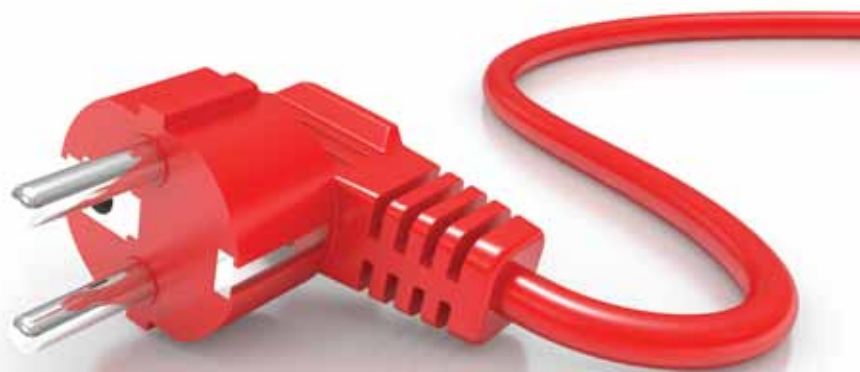
5%



ръст на туристите по Северното черно море се очаква през новия летен сезон, коментира за *Bulgaria On Air* г-н Стоян Маринов, член на Варненската туристическа камара. Увеличават се записванията от Германия, която е вторият най-голям пазар за български туристически пакети след Русия.

EN

growth in the number of tourists visiting the northern Black Sea coast is expected in the new summer season, commented Associate Professor Stoyan Marinov, member of the Varna Tourist Chamber, for *Bulgaria On Air*. There is increasing interest from Germany, the second largest market for Bulgarian tourist packages following Russia. ■



3 000 000 000 000

лева достигат задълженията на Националната електрическа компания, събщи Ангел Божилков, главен изпълнителен директор на "Обединени енергийни търговци", пред *"Денят On Air"*. Според Божилков дълговете на държавното дружество са в три групи: към банки, към Българския енергиен холдинг и различни неизплатени суми към доставчици. Според Божилков едно от възможните решения на кризата в енергийния сектор е да се пренасочи цялото производство от електроцентралите "Марица Изток 1" и "Марица Изток 3" към Турция, където цените са по-високи.

EN

levs is the amount of debts of the National Electricity Company, said Angel Bozhilov, CEO of United Energy Traders, for *The Day On Air*. According to him, the debts of the state-owned company can be divided in three groups: to banks, to the Bulgarian Energy Holding, and various unpaid amounts to suppliers. According to Bozhilov, one of the possible solutions for the crisis in the energy sector is to redirect the whole production of Maritsa East 1 and Maritsa East 3 TPPs to Turkey where prices are higher. ■

България е много конкурентна страна

Пер Ютнегор, президент и изпълнителен директор на Swissport, прег *Bulgaria On Air*

Текст ДОРИАНА РАНКОВА / Фотография SWISSPORT, BULGARIA ON AIR

Г-н Ютнегор, днешната геополитическа ситуация е деликатна – не само Украйна, но и Бразилия, Турция, Египет, Сирия. Как се отразяват тези конфликти на вашия бизнес? И на индустрията като цяло?

Като оператор наземно обслужване на множество международни летища, за нас това е ежедневие. Кризата за нас гоуде още с банкрута на Swiss Air. През годините станахме свидетели на най-различни нещастия, бизнесът ни има възходи и падения. Важното е, че умеем да се адаптираме към различните ситуации на пазара и да се възстановяваме максимално бързо след изненади.

Миналото лято придобихте конкурента си Servisair. Има ли тенденция към сливания, към консолидация на пазара?

Мисля, че да. Ние сме голям играч, оперираме в около 45 различни държави, на почти 270 летища по цял свят, с около 55 000 служители. Звучи като внушителна компания, но всъщност имаме около 5% пазарен дял. Това означава просто, че пазарът е много фрагментиран, така че консолидация е нужна. Ние със сигурност ще се разширим в близко бъдеще, но първо трябва да приключим придобиването на Servisair. Особено ни интересуват растящите пазари в Азия и Близкия изток.

Миналата година Swissport получи за пети път наградата за най-добър карго агент. Обслужвате товари за над 4 милиона тона годишно. Това ли е най-доходната част от бизнеса ви?

Не непременно. Днес каргото е едва 20% от общия ни бизнес, остатъкът се пада на наземното обслужване. В него ние осъществяваме проверката на пътниците и чекирането им, оперираме с летищната техника, покриваме и сигурността. Така

ОТ 2007 ГОДИНА Пер Ютнегор е президент и главен изпълнителен директор на Swissport Group – световния лидер в областта на авиационните услуги.





че каргото е само част от компанията. Обикновено то е за предпочитане, когато икономиката се развива добре. Но когато икономиката е в стагнация или спад, каргото не е толкова привлекателно, защото има повече фиксирани разходи.

Пътниците очевидно стават все по-взискателни – резултат на кризата ли е това, или просто ефект от човешката природа?

Хората летят все повече, и към все повече различни гържави. Както при всеки разрастващ се бизнес, клиентите стават все по-взискателни. Ние обслужваме всички: от класическите превозвачи през чартъри до нискобюджетни компании. И всички стават все по-взискателни. Днес всеки иска ниска цена, а в замяна на тази ниска цена да получи "Ролс-Роис". Но това е част от развитието на бизнеса и ние се стремим да работим така, че да е от полза за всички.

Много компании в авиационния сектор орязаха бюджетите си заради кризата. Очаквате ли нови стачки като скоршната в Lufthansa?

Специално летищният бизнес е с много ясно изразена профсъзна среда. Имаме синдикати на всяко летище, където оперираме. Една от основните ни компетенции е да се договоряме с тези синдикати. Имали сме някои стачки, вероятно ще има и в бъдеще, но се опитваме да ръководим бизнеса по най-добрия възможен начин. Очевидно, когато икономиката не е в разцвет, рискът от стачки се повишава. Когато правим по-малко пари, е трудно да увеличаваме заплатите – но се опитваме да управляваме чрез консенсус.

Нека поговорим малко за българския пазар. Оперирате тук, смятате ли, че

България предлага конкурентна бизнес среда за авиокомпаниите?

Смятам, че България е много конкурентна страна. Харесвам нагласата на хората тук. Те по правило са много добре образовани, с добри маниери. Струва ми се, че имат нагласата "можем да го направим", и винаги са дружелюбни. Това показва и личният ми опит, а и опитът на колегите ми, които живеят тук. Когато попитам самите българи, те някак си подценяват услугливостта и лобезността на сънародниците си. Така че наистина се радвам, че сме тук и правим бизнес. Имаме 220 служители в София. Бих искал да разширя предлаганите услуги, така че ще продължим да инвестираме в България.

Какви са предимствата от работата с български компании?

Предимствата са, че хората са по-гъвкави, и че има много възможности. От географска гледна точка това е един добре разположен пазар, така че вярвам, че ще видим растеж в България в близко бъдеще.

Коя е предпочитаната ви дестинация?

От гледна точка на бизнеса, бих казал Азия. В доброто старо време имаше много търговия между Азия и Северна Америка, между Азия и Европа. А сега виждаме една непрекъснато нарастваща търговия вътре в самата Азия. Така че за нас е задължително да присъстваме там в бъдеще. Близкият изток също е важна дестинация за нас – един труден пазар, сложна култура, но като глобална компания ние трябва да свикнем да се справяме и с големи предизвикателства.

Иначе от личната гледна точка на норвежец аз, естествено, предпочитам да пътувам до родината си – за ски и риболов в Северна Норвегия. ■

ВАШИТЕ МЕТАЛНИ СГРАДИ Произведени в Белгия от FRISOMAT

Наг 20 000 сгради в цяла Европа!
20 успешни години в България!

Изцяло интегрирана верига:
проектиране - производство - монтаж.

Бързо и лесно!

More than 20 000 buildings
all around Europe!

20 successful years in Bulgaria!

Entirely integrated chain:
Engineering - production - assembly.

Fast and easy!

YOUR STEEL BUILDINGS Produced in Belgium by FRISOMAT

www.frisomat.net



Frisomat Centre BG

Sofia 1715
Ring Road km 41 + 194,
Kambanite

GSM +359 888 55 66 50
tel. +359 2 975 02 85
fax +359 2 975 02 86

Bulgaria is a Very Competitive Country

Per Utnegaard, president and CEO of Swissport,
talks to *Bulgaria On Air*

By DORIANA RANKOVA / Photography SWISSPORT, BULGARIA ON AIR

Mr. Utnegaard, the geopolitical situation is quite shaky today - not only Ukraine, but in Brazil, Turkey, Egypt, Syria. How do these conflicts affect your business and the industry as a whole?

Being a ground handler at many different international airports is a day job for us. We experienced a crisis when Swiss Air was grounded. We have had different kinds of disasters throughout the years and our business goes up and it goes down. What is important is that we are able to adapt to different market situations and recover as soon as possible after a surprise.

Last summer you acquired your competitor, Servisair. Is there a trend of mergers in the market?

I believe so, yes. We are a large player, operating today in about 45 different countries, almost 270 airports worldwide, with about 55,000 people. It sounds like we are a big company, but we only have approximately 5 percent of the total market. That means it is a very fragmented market and we are driving it to consolidation. We will definitely expand in the near future, but first of all we need to complete the big acquisition of Servisair. We are particularly interested in the growing markets in Asia and the Middle East.

Last year, Swissport received, for the fifth time, the Air Cargo Handling Agent of the Year Award. The cargo that you handle accounts for more than 4 million tons. Is it the most profitable part of the revenue chain?

Not necessarily. Today cargo is only 20 percent of our total turnover and the remaining 80 percent is ground handling. In ground handling we do passenger check, aircraft handling, we run launchers, we do security as well, so cargo is just a part of the company. And cargo is normally more preferable when the economy is recovering and going well. When the economy is stagnating or declining, cargo is less preferable because there are more fixed costs.

The passengers are becoming more demanding, is it because of the crisis or is it just human nature?

People tend to fly more and more. There are also new countries to fly to and as with any expanding business, the customers are becoming more and more demanding. We handle everything from typical legacy carriers, charters, low cost carriers - and everyone is becoming more and more demanding. I think everyone would like to have a low cost price, but they expect to get a Rolls Royce out of the low cost price.

This is part of the development, and we try to create a win-win situation for all the different customers we are supplying our services with.

Many companies in the airline industry have cut their budgets because of the crisis. Do you expect more strikes such as the recent one at Lufthansa?

The airport industry is a union environment, we have unions in every single airport we operate in. We see this as one of our core competences to deal with unions. We have had some strikes, probably there will be some strikes in the future as well, but we try to manage in the best possible way. Obviously when the economy is difficult, then the risks for strikes increase.

When we make less money it is difficult to increase the salaries but, we try to manage by consensus.

Let's talk a little bit about the Bulgarian market. You operate here, do you think Bulgaria has a competitive business environment for airlines?

I think that Bulgaria is a very competitive country. I like the attitude of the people here. They tend to be very well-educated, to have very good manners. I believe they have the attitude of we can do it, and they are always friendly. That is the experience I have had myself and what I have been told by my colleagues who live here. When I ask Bulgarians, I think they tend to underestimate the service and the kindness of their country-fellowmen. So I really like being here, like having the business. We have 220 people employed here in Sofia. We would like to expand our service offering and we will continue to invest in Bulgaria.

What are the advantages of working with Bulgarian companies?

The advantages are that people tend to be more flexible, and there are plenty of opportunities. From a geographical point of view, it is a well-situated market and I believe that we will see more growth coming out of Bulgaria in the near future.

What is your most preferred destination?

From a business point of view, I would say Asia. In the old days there was a lot of trade between Asia and North America, Asia and Europe. And what we see now is that there is increasing trade intra-Asia. So, for us it is absolutely a must to be there in the future. The Middle East is also an important destination for us - a difficult market, different culture, but for us to be a global company, we need to tackle big challenges as well. From a private point of view being a Norwegian, of course, I enjoy going back to my own country to do skiing and also fishing in the northern part of Norway. ■



SINCE 2007 Per H. Utnegaard has been the President and CEO of the Swissport Group - the world leader in the aviation services field.

Bulgaria Air
National Carrier www.air.bg



до Франкфурт
и обратно за

to Frankfurt
and back for

120 € *
за двупосочен билет
for a round trip ticket

ежедневни полети
от 1-ви юни

daily flights
from June 1

* Цената включва:

- всички такси
- безплатен чекиран багаж до 23 кг и ръчна чанта до 10 кг
- кетъринг на борда
- безплатен избор на място в самолета

* The price includes:

- all taxes
- free of charge check-in luggage up to 23 kg and a handbag up to 10 kg
- catering on the board
- free seat selection

Трупайте точки с програмите ни за лоялни клиенти
Collect points with our frequent flyer program

FLY MORE

www.air.bg/fly/frequent-flyer

Club

www.ccb-club.bg



Повече информация на
More information at

www.air.bg



ТЕРМИНАЛ 2 НА ЛЕТИЩЕ ВАРНА - НАЙ-ЗНАЧИМО СЪБИТИЕ НА ВАРНА В ОБЛАСТТА „ИКОНОМИКА И БИЗНЕС“

„Фрапорт Туин Стар Еърпорт Мениджмънт“ АД получи награда за най-значимото събитие на град Варна в областта „Икономика и бизнес“ с откриването на новия пътнически терминал на летище Варна – най-голямата инвестиция през последните десетина години. Връчването на наградите се организира в рамките на проекта „ВРЕМЕ:ВАРНА“, осъществяван съвместно от Община Варна и Икономически университет – Варна. Наградата бе връчена от Лилия Христова – Директор на Дирекция „Образование, младежки дейности и спорт“ на Димитър Костадинов - Директор на летище Варна.

По време на церемонията, която се проведе на 22 март в Икономически университет Варна, бяха наградени общо 16 събития, определени като най-значими в различни области на обществения живот на града.

Освен наградата в областта „Икономика и бизнес“, Терминал 2 беше и основен претенгент за приза „Събитие на годината – Варна 2013“, за което се състезават всичките 16 събития. Новият пътнически терминал бе открит тържествено в Деня на Варна. Общата стойност на инвестицията на „Фрапорт Туин Стар Еърпорт Мениджмънт“ АД в Терминал 2 и свързаната с него инфраструктура е над 75 млн. лв. Изграждането на терминала е от съществено значение за развитието на град Варна и туристическата индустрия по северното българско Черноморие.

През миналата година операторът на морските летища получи наградата за най-значимо събитие на Варна отново в областта „Икономика и бизнес“ за успешното изпълнение на проекта „Рехабилитация на пистата на летище Варна“.



TERMINAL 2 AT VARNA AIRPORT – THE MOST SIGNIFICANT EVENT IN VARNA IN THE SECTOR “ECONOMY AND BUSINESS”


Fraport Twin Star Airport Management AD received the award for the most significant event in Varna in the sector “Economy and Business” for opening the new passengers’ terminal at Varna Airport. The award ceremony was organized in the frame of the project “TIME: VARNA”, a joint initiative of Varna Municipality and the University of Economics – Varna. The prize was awarded by Lilia Hristova – Director of “Education, youth activities and sport”, representing the Municipality of Varna to Mr. Dimitar Kostadinov, Director of Varna Airport.

During the ceremony which took place on 22nd of March at Varna University of Economics, 16 events received prizes in different sectors important for the public life in Varna. Besides the award in the sector “Economy and Business”, Varna Airport’s Terminal 2 as a main competitor for the distinction “Event of the Year – Varna 2013” for which all 16 events were eligible.

The new passengers’ terminal at Varna Airport was inaugurated on the day of Varna – August 15th, 2013. The total amount of the investment of Fraport Twin

Star Airport Management AD in Terminal 2 and the related infrastructure is over 75 million BGN – the biggest investment in the last decades. The construction of the new terminal is of utmost importance for the development of the city of Varna and the tourism industry of the Northern Black Sea Coast.

Last year, the operator of the sea coast airports also received an award for the most significant event in Varna in the sector “Economy and Business” for the successful implementation of the project “Rehabilitation of Varna Airport Runway.”

An aerial photograph of Los Angeles, California, taken during the golden hour of sunset. The city's skyline is silhouetted against a warm, orange and yellow sky. In the foreground, a multi-lane highway (likely the 101 or 5) is filled with cars, winding through the city. The overall atmosphere is one of a bustling, sun-drenched metropolis.

БАЛКАНИЗАЦИЯТА НА КАЛИФОРНИЯ

Когато си чук, всички ти приличат на пирони, когато си венчър капиталист, всичко ти изглежда като бизнес: ето накратко Веруюто на Тим Дрейпър

Текст ВАЛЕРИ ЦЕНКОВ / Фотография SHUTTERSTOCK, АРХИВ

Това е той: човекът в сивия, неособено моден костюм, със стърчаща от дения джоб бутилка с минерална вода. Освен това носи яркочервена вратовръзка и синя риза, а в малкото си джобче е пъхнал пласмасова химикалка за петдесет цента. Няма вид на човек, от когото зависят съдбите на милиони хора и милиарди долари. Но е точно такъв.

ТИМ ДРЕЙПЪР Е ЛЕГЕНДАРЕН рисков инвеститор и един от най-големите в бранша. И, някак между другото, се опитва да прави и политика. Съвсем наскоро - малко преди да се отприщят „автономните“ настроения в Крим, по-късно във Венеция и Аляска, Каталуня, Сардиния и къде ли още не - той финансира кампания за референдум за разделяне на Калифорния на шест отделни щата.

За мнозина подобна идея изглежда твърде странна и даже налудничава. Възможно ли е здравият разум да ръководи един човек, който иска да унищожи щата Калифорния, за да гарантира свободата на Силициевата долина? Всъщност не бързайте с оценките. Нека първо видим за кого става дума.

Тимът Дрейпър е основател и мениджър на Draper Fisher Jurvetson. Идеята му да използва „вирусен маркетинг“ чрез базирана в интернет електронна поща предшества успеха на компании като YahooMail, Hotmail и българските им аналози като abv.bg.

Дрейпър е член на борда на директорите на фирми като DoAt, Glam, Меево, Prosper, SocialText, DFJ Plug 'N Play. Свързан е финансово с успеха на вече утвърдени марки като Skype, Overture.com, Baidu, Parametric Technology, Hotmail, Preview Travel и много, много други.

Тим стартира своята международна мрежа за рискови инвестиции DFJ Global Network с офиси в 30 града по целия свят. Той заема 52-о място в класацията на най-влиятелните бивши студенти на Харвард и 7-о място в The Midas List, престижната класация на списание Forbes.

През 2008 бе обявен за „Винаги №1“ (Always-On #1) като най-успешния реализатор на проект с рисков капитал. Член е на Ректорския борд на Harvard Business School. Ще спрем готук, защото отличията му са толкова много, че рискуваме да не ви кажем най-важното на него.

ВЕЛИКИЯТ ИНВЕСТИТОР. Сега голямата идея на Том Дрейпър е - ни повече, ни по-малко – да сложи края на Калифорния, най-богатия измежду 50-те американски щати, деветата най-голяма икономика в света, по-могъща от тези на Русия, Индия, Южна Корея или Мексико. Калифорния има по-многобройно население от Испания, по-голяма

територия от Германия... и по-голям дял от Индия. Мястото изглежда благословено от Бога – с хиляда мили великолепни плажове, с гъсти гори, плодородна земя и топъл климат, с огромни градове.

Въпреки това икономиката буксува, фирмите фалират и щатът е пред фалит с бюджетен дефицит от 330 млрд. долара.

Според Дрейпър причината за това е лошото управление на щата и неравномерното разпределение на производствените мощности и интересите на население. Ето защо той финансира инициатива за разделянето му на "Шест Калифорнии" – и се надява да включи въпроса във вота за представителите в Конгреса през ноември.

СПОРЕД "ПЛАНА ДРЕЙПЪР" бъдещите шест нови щати ще са: Южна Калифорния (Сан Диего плюс Ориндж Каунти), Западна Калифорния (Лос Анжелис и Санта Барбара), Централна Калифорния (Бейкърсфийлд и Фрезно), Силициевата долина (Сан Франциско и Сан Хосе), Северна Калифорния (Сакраменто) и Джеферсън (Юрика и Рединг).

"Защо финансирам този проект ли?", попита наскоро Дрейпър по Bloomberg TV. "Защото най-страшното нещо на този свят са монополите. Монополът във властта означава, че ти прибират най-много пари,



Нито един проект в света, който е в състояние да привлече инвестиции, не може да се нарече налудничава

получаваш най-малко и най-некачествени услуги. Калифорния е щатът с най-високи разходи за образование, но по качество на образованието сме на 46-о място. Калифорния отделя най-много средства за затворите, но е с най-висок процент престъпност... Уж ни управляват добри политици, но нещата не вървят. Всъщност вървят, но по спиралата надолу. Защото имаме монопол на властта... Само в условията на пряка демокрация и истинска конкуренция хората получават добри услуги и плащат справедливи цени".

ДОРИ И С ТАЗИ АРГУМЕНТАЦИЯ МНОЗИНА го обявяват за луг. "Защо да съм луг? Нито един проект в света, който е в състояние да привлече инвестиции, не може да се нарече налудничава".

Дрейпър е трето поколение рисков инвеститор, а дядо му всъщност е източникът на първите сериозни вложения в Силициевата долина, дали старт на пионерите в Меката на висшите технологии. „Ако при мен гоиде някой, за да ми сподели, че иска да лети до Марс, аз не казвам: „Този е луг!". Вместо това се замислям кой би могъл да му помогне, за да стигне до Марс".

За да има кой да помага на самия Тим, той инвестира 20 млн. долара за създаването на „Университет на Героите Дрейпър“ в Сан Матео, в Силициевата долина. Там учат млади и луди глави на възраст 18-28 години – в нещо средно между подготвителна школа за Уолстрийт и магьосническото училище "Хогвортс" от романите за Хари Потър. Шестседмичният курс струва \$950, като повечето студенти финансират обучението си чрез популярното в САЩ crowdfunding: пускат обява в интернет и търсят гребни инвеститори, които са готови да ги насърчат. Или пък заплащат с алтернативни валути - като биткойн например.

„Оптимистите съществуват на този свят с една единствена цел - за да се случват велики неща“, разказва 55-годишният Дрейпър в интервю за The Los Angeles Times. „Песимистите са необходими, за да проверяват всяко нещо по два пъти. Но нито един песимист не е свършил нищо полезно. Всъщност смятам, че великите неща се случват, защото някой оптимист се е оказал малко луг“.

Ексцентричният инвеститор досега е вложил парите си в проекти, които вече са глобално популярни - като 3D-принтерите, GPS-системите и технологията на грониите. Той осигури сериозна сума за производителя на електромобили Tesla Motors, на него дължат старта си глобално нашумели вече имена като Twitter и Skype. На него Робин Ли дължи и началото на проекта си Baidu (китайския вариант на Google). ▶

California's Balkanization

When you're a hammer, everything looks like a nail, when you're a venture capitalist, everything looks like a business: this, in short, is Tim Draper's credo

By VALERI TSENKOV / Photography SHUTTERSTOCK, ARCHIVES

That's him: the man in the grey, not particularly fashionable suit, a bottle of mineral water sticking out of his right-hand pocket. Besides this, he is wearing a bright red tie and blue shirt. In his breast pocket he has stuck a plastic biro that cost 50 cents. He does not look like a person on whom the fate of millions of people and billions of dollars depend. But that's exactly who he is.

TIM DRAPER IS A LEGENDARY venture capital investor and one of the biggest in the business. And, somehow along the way, he also tries to be active in politics. Quite recently – just before the “autonomous” moods were unleashed in Crimea, and later in Venice, Alaska, Catalonia, Sardinia and in all sort of other places – he financed a campaign for a referendum to split California into six separate states.

To many people, such an idea seems rather odd, and even crazy. Can a man who wants to destroy the state of California in order to guarantee the freedom of Silicon Valley be guided by common sense? But let's not rush to a decision. Let's first see who we are talking about.

Timothy Draper is the founder and manager of Draper Fisher Jurvetson. His idea to use “viral marketing” in web-based email precedes the success of companies like YahooMail, Hotmail and their Bulgarian analogues such as abv.bg.

Draper is a member of the board of directors of companies like DoAt, Glam, Meebo, Prosper, SocialText, and DFJ Plug 'N Play. He is financially connected to the success of established brands like Skype, Overture.com, Baidu, Parametric Technology, Hotmail, Preview Travel, and many, many others.

Draper started his international network of venture capital funds, DFJ Global Network, with offices in 30 cities worldwide. He occupies 52nd place in the ranking of the most influential Harvard alumni and seventh place in the Midas List,

the prestigious ranking of Forbes magazine.

He was named Always-On #1 top venture capital deal maker for 2008. He is a member of the Board of Rectors of the Harvard Business School. Let's stop here, because he has so many distinctions that we risk not telling you the most important thing about him.

THE GREAT INVESTOR. Tim Draper's new big idea is – neither more nor less – to put an end to California, the wealthiest U.S. state and the world's ninth largest economy, more powerful than that of Russia, India, South Korea or Mexico. California has a larger population than Spain, a larger territory than Germany and a larger debt than India. The place seems blessed by God – with thousands of miles of superb beaches, dense forests, fertile soil, and a warm climate.

Despite this, the economy is stalling, companies are going bust and the state is facing bankruptcy with a budget deficit of \$330 billion.

According to Draper, the reason for these problems is bad management of the state and the uneven distribution of the production capacities and interests of the population. This is why he is financing an initiative for its split into “Six Californias” and hopes to include the issue in

Who says I'm crazy? Not a single project in the world that is able to attract investments can be called crazy



the vote for the representatives of Congress next November.

ACCORDING TO THE “DRAPER PLAN” the future six new states will be: South California (San Diego and Orange County), West California (Los Angeles and Santa Barbara), Central California (Bakersfield and Fresno), Silicon Valley (San Francisco and San Jose), North California (Sacramento), and Jefferson (Eureka and Redding).

“Why am I financing this project?” Draper recently asked on Bloomberg TV. “Because the worst thing on earth are the monopolies. Monopolies mean that we now spend the most and get the least. We spend among the most for education and we're 46th in education. We spend among the most for prisons, and we are among the highest recidivism rates ... So the status quo is failing. And there have been some very good people running California, governing California. So it must be systemic. At best, the system seems to be on a spiral down. At worst it's a monopoly, and in a monopoly, they can charge whatever they want and provide whatever service they want. In a competitive environment, people get good service and they pay fair prices.”

EVEN WITH THIS REASONING, MANY declared him crazy. “Who says I'm crazy? Not a single project in the world that is able to attract investments can be called crazy.”

Draper is a third generation venture capitalist, and his grandfather was actually the source of the first major investments in Silicon Valley which gave the start to the pioneers in the mecca of high technologies. “If somebody comes and tells me that he wants to fly to Mars, I don't say ‘This guy's crazy!’ Instead I try and think who could help him get to Mars.”

Draper invested \$20 million in the crea-



Тимоти Дреупър / Timothy Draper

tion of the Draper University of Heroes in San Mateo, Silicon Valley. Young and bright young people aged 18-28 are studying there – in something in between a preparatory school for Wall Street and the Hogwarts School of Magic from the Harry Potter novels. The six-week course costs \$950, most students finance their education through the popular crowdfunding: placing an ad on the Internet and looking for small investors who are willing to encourage them. Or, they pay in alternative currencies, like bitcoins, for example.

“Optimists exist in this world with one sole purpose – to make great things happen,” the 55-year-old Draper said in an interview with the Los Angeles Times. “Pessimists are needed to double check everything. But not a single pessimist has done anything useful. Actually I think that great things happen because some optimist has been a little bit crazy.”

So far, the eccentric investor has put his money into projects that are already popular globally, such as 3D-printers, GPS-systems and drone technologies. He provided a considerable sum for electric car manufacturer Tesla Motors, and high-profile names like Twitter and Skype owe their start to him. Robin Li also owes the start of his project Baidu (the Chinese version of Google) to him.

SPLITTING THE GOLDEN STATE. Draper has already drawn up a map of the new states: in the north the opportunistic-minded inhabitants of the Jefferson region have always demonstrated their aspirations to be like neighbouring Oregon. There (in Humboldt and Mendocino counties) Draper intends to finance the growing of marijuana, and thus to initially satisfy the great demand for the drug in Colorado, where smoking grass was legalised in January.

South of it lies a region which is known as

the Napa Valley and which dreams of becoming the world mecca of wine producers, but which will be called North California. Central California will be the only one of the new states without an ocean outlet, but for compensation will get Yosemite National Park, together with the San Joaquin valley and the biggest city, Bakersfield. It will be the export center of oranges, strawberries, broccoli, asparagus, corn, and wheat for all of America.

West of this will be Silicon Valley, the state with the biggest city, San Francisco, but with San Jose as the capital. It will bet on two famous things: high technologies and Golden Gate tourism. This is where the biggest technological companies in the world, Apple and Google, are headquartered. Here you will also find Draper's own hometown, Atherton, which Forbes recently ranked as “the most expensive postcode in the US” – i.e. the city with the most expensive real estate.

West California, with Los Angeles as its capital, will develop entirely at the expense of the movie industry and the invaluable Hollywood brand. And South California, located on the border with Mexico, will rely entirely on water transport, the military industry and the finest beaches in America.

For this split to happen, the initiative needs to collect 808,000 signatures before 14 July in order to get a petition to Washington and to have President Obama reply to it.

A 15-YEAR PROJECT. Draper's undertaking is planned to take 15 years to implement, for which he has secured solid financing. Moreover, he will rely on his enormous experience in the development of start-up companies. For a start, he will have to finance the establishment of five parliaments, five governor's residences, five

prosecutor's offices, and five Supreme Court buildings. Many have called this prospect a “bureaucratic mayhem”, but Draper is categorical: the split of the state into six new administrative units will reduce bureaucracy because people will have more direct access to power.

The most complex problem is how to split the giant state debt (\$419 billion at the end of April). Draper's idea is to transform it into a mortgage debt divided equally between all citizens, which they have to pay off over a set period of time.

Draper's concepts definitely make sense. Nevertheless, for the majority of Americans they sound too radical. Since the adoption of the American Constitution in 1787 only four states have been created after seceding from others: Maine, Vermont, Kentucky and West Virginia (which seceded from Virginia in 1863). Moreover, the proposed six new Californian states will not be the smallest ones: Silicon Valley with a population of seven million will equal such states as Massachusetts and Arizona. The smallest state will continue to be Wyoming, with a population of 500,000.

THE CHANCES ARE 50:50. The most famous sport at the Draper University of Heroes is water basketball, which is characterized by being played without any rules. The sole purpose is to get the ball into the basket, and it doesn't matter exactly which basket – your own or that of your opponent, beside this, pinching and pulling under water are allowed, and those who cannot swim have can get out of the water and run around the pool in order to score a goal. Draper calls this water basketball Death-ball, explicitly stating that this is not a variety of the sport but of the reality show “Survivor”. Because water basketball is played at any time – in scorching summer heat as well as on freezing winter nights when temperatures drop below zero: “The most important thing is not to win but to survive – that's what we teach our students... In Silicon Valley every other company perishes because its creators prefer to play only by the rules and do not know how to survive,” Draper explained to Bloomberg TV. This is why Draper advised his students not to play by the rules and not to be scared to resort to prohibited measures such as “pinching under water”.

Draper rates the chances of his project for the “Six Californias” as 50:50.

He cites history, which is also on his side: “Already in 1859 the California electors voted for the split of California. But because of the Civil War this failed to happen. Well, with a delay of 155 years, I am willing to fulfil the will of our ancestors. By financing their project today.”

What can be said about this project? When you're a hammer, everything looks like a nail, when you're a venture capitalist, everything looks like a business. I don't know who said this, but it is quite true. ■

► РАЗДЕЛЯНЕТО НА ЗЛАТНИЯ ЩАТ.

Дрейпър вече е съставил и картата на новите щати: на север опортюнистично настроените обитатели на региона Джеферсън винаги са демонстрирали аспирациите си към съседния Орегон. Там Дрейпър смята да финансира (в окръзите Хумболт и Мендосино) оглеждането на марихуана и така да задоволява на първо време силното търсене на наркотици в Колорадо, където от януари пушенето на трева бе легализирано.

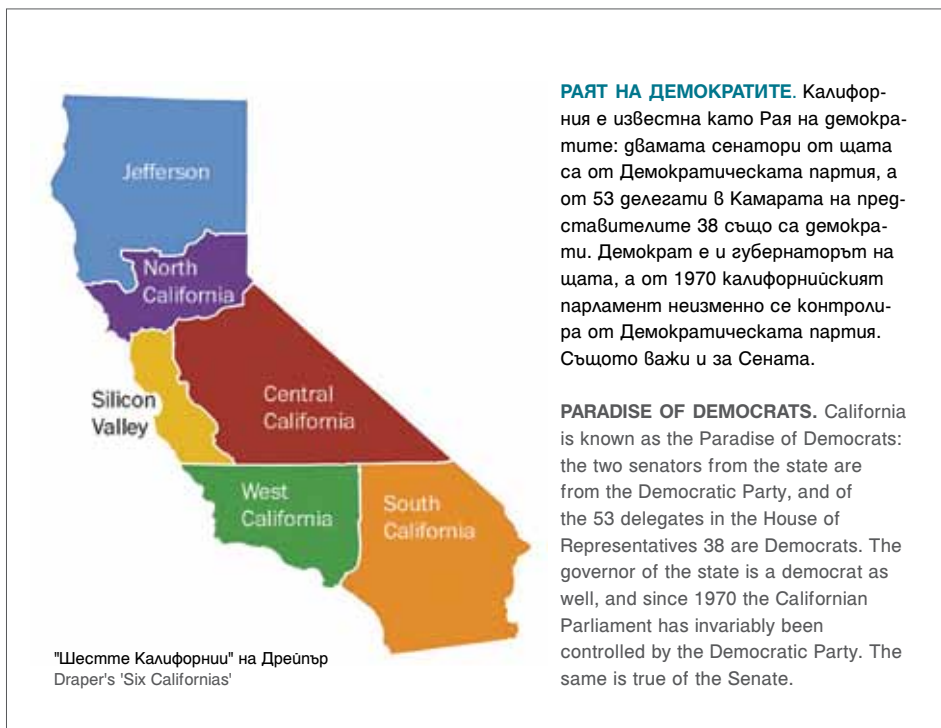
Южно от него се намира регион, който е известен с годината Напа и който мечтае да се превърне в световната Мека на производителите на вино, но ще се казва Северна Калифорния. Централна Калифорния ще бъде единственият от новите щати без излаз на океана, но за компенсация ще получи Йосемитския национален парк заедно с годината Сан Хоакин и най-големия град Бейкърсфийлд. Това ще е център за износ на портокали, ягоди, броколи, аспержи, царевица и пшеница за цяла Америка.

Западно от него ще е щатът Силициева долина с най-населен град Сан Франциско, но със столица Сан Хосе. Той ще заложи върху две световноизвестни забележителности: високите технологии и „Голдън Гейт“-туризма. Тук са седалищата на най-големите технологични фирми в света Apple и Google. В този щат е и родният град на Дрейпър - Атертън, който наскоро бе обявен от Forbes за „най-скъпия пощенски код в САЩ“ - тоест градът с най-скъпоструващи имоти.

Западна Калифорния, със столица Лос Анджелис, ще се развива изцяло за сметка на киноиндустрията и безценната марка „Холивуд“. А Южна Калифорния, разположена до границата с Мексико, ще заложи изцяло върху водния транспорт, военната индустрия и най-хубавите плажове в цяла Америка.

За да стане факт това разделение, до 14 юли инициативата трябва да събере 808 000 подписа, за да бъде внесена петицията във Вашингтон и президентът Обама да бъде задължен да ѝ даде отговор.

ПРОЕКТ ЗА 15 ГОДИНИ. Начинанието на Дрейпър е планирано за 15-годишна реализация, за която той е осигурил солидно финансиране. При това той ще разчита на огромния си досегашен опит в разработването на start-up компании. Най-напред ще трябва да финансира изграждането на пет парламента, пет губернаторски резиденции, пет прокурорски офиса и пет сгради на Върховния съд. Мнозина нарекоха тази перспектива „бюрократична вакханалия“, но Дрейпър е категоричен: разделянето на щата на шест нови административни ед-



ници ще намали тъкмо бюрокрацията, тъй като хората ще имат по-директен достъп до властта.

Най-сложният проблем е как да бъде разделен гигантският щатски дълг (419 милиарда долара към края на април). Идеята на Дрейпър е той да бъде трансформиран в ипотечен дълг, разпределен поравно между всички граждани, които те следва да изплащат за определен период от време.

В концепциите на Дрейпър несъмнено има логика. Но въпреки това за мнозинството американци те звучат твърде радикално. От приемането на американската конституция през 1787 само четири щата са били създадени след отделянето им от други: Мейн, Вермонт, Кентъки и Западна Вирджиния (която се отцепи от Вирджиния през 1863). При това предлаганите шест нови калифорнийски щати няма да са най-малките: Силиконовата долина със своите 7 млн. души население ще се равнява с такива щати като Масачусетс или Аризона. А най-малкият щат ще прогължи да бъде Уайоминг - с 500 000 души население.

ШАНСОВЕТЕ СА 50:50. Най-известният спорт в Университета на героите „Дрейпър“ е водният баскетбол, който е характерен с това, че се играе без никакви правила. Единствената цел е да вкараш топката в коша, като няма значение в кой точно кош - твоя или на противника, освен това са разрешени щипането и гърпането под вода, а онези, които не могат да

плуват, имат право да излязат от водата и да тичат по полосата около басейна, за да вкарат кош. Дрейпър нарича този воден баскетбол „Топката на смъртта“ (Deathball), като изрично уточнява, че става въпрос за разновидност не на спорта, а на риалити шоуто „Сървайвър“. Защото водният баскетбол се играе по всяко време - и в летния зной, и в мразовитите зимни нощи, когато температурите падат около нулата: „Най-важно е не да победиш, а да оцелееш - това тренират нашите студенти... В Силициевата долина всяка втора фирма загиба, защото нейните създатели предпочитат да играят само по правилата и не знаят как да оцеляват“, обяснява Дрейпър пред Bloomberg TV. Затова Тим съветва студентите си да не играят по правилата и да не се страхуват да прибегват до непозволені средства като „щипане под водата“.

Дрейпър оценява шансовете на проекта си за „Шест Калифорнии“ като 50:50.

Той цитира историята, която също е негово страна: „Още през 1859 калифорнийските избиратели гласували за разделянето на Калифорния. Но заради Гражданската война тяхната воля не е била реализирана. Е, със 155 години закъснение аз съм готов да изпълня волята на нашите предци. Като финансирам днес техния проект“.

Какво може да се каже за този проект? Когато си чук, всички ти приличат на пирони, когато си венчър капиталист, всичко ти изглежда като бизнес. Не знам кой го е казал, но е съвсем вярно. ■

5
LIVE



1 4
ГЛЕДАЙ НА ЖИВО

2
ГЛЕДАНЕТО НА ПРОГРАМАТА ПРЕЗ МОБИЛНАТА МРЕЖА ГЕНЕРИРА ТРАФИК, КОЙТО ЩЕ БЪДЕ ТАКСУВАН СПОРЕД МЕСЕЧНИЯ ВИ АБОНАМЕНТ!

1 4 5
TELEVISION
2 4
RADIO
8
MAGAZINE
3 4
WEB

www.bgonair.bg

1
**BULGARIA
ON
AIR** in cooperation
with

Bloomberg

TELEVISION

ПРАВOTO ДА ИЗБИРАШ

Зарина Генчева, изпълнителен директор на
"Метрореклама", пред *Bulgaria On Air*

Текст КАЛИН АНГЕЛОВ / Фотография ИВАЙЛО ПЕТРОВ

Г-жо Генчева, повече от 12 години сте начело на "Метрореклама". През това време се появиха неща като смартфоните, Facebook, YouTube... Промени ли се бизнесът с външна реклама?

Преди всичко рекламният бизнес е съвсем млад за България – той започна едва с появата на частния бизнес в началото на 90-те. Стартирахме от нулата, отчасти по наученото в университетите, но най-вече в движение, често на принципа „проба - грешка“... За последните дванадесет години бизнесът с външна реклама се разгърна. Достатъчно е да погледнете броя на билбордовете в страната – той се увеличи пет пъти. Развиха се и различните форми на реклама на мястото на продажба – в големите вериги магазини, бензиностанциите, търговските центрове. Появата на метрото даде възможност да разгърнем непознатата до този момент у нас транспортна реклама. Именно успехът на рекламата в метрото ни подтикна да разширим портфолиото си с брандиран надземен транспорт - проект, който в момента достига своя пик.

Ако погледнем назад, кое бе най-разтърсващото събитие в света на рекламата?

Що се отнася до България, процесите тук са динамични, но не заради технологиите. „Разтърсващо събитие“ беше идеята с един вот да се закрие цял сегмент на българския рекламен пазар. Визирам

опита през 2012 да бъдат премахнати със закон билбордовете по магистралите и скоростните пътища – нелепа приумица, подкрепена с несъстоятелни доводи и откровена подмяна на факти. Именно това доведе до създаването на браншовата ни асоциация ТИАРА – обединение на ангажираните в бизнеса с външна реклама, силно мотивирани да продължат развитието на този доказал своите предимства по света рекламен сегмент.

Къде е България в сравнение с останалите рекламни пазари в Европа? Като наситеност, но и като регулации? Кои са главните пречки пред българския рекламен бизнес?

Колкото до външната реклама, без излишна скромност мога да кажа, че отгавна сме наравно с развитите европейски пазари. Добър пример е софийското метро, което е сочено от международни експерти като едно от най-погредените в Европа и най-логично наситеното с рекламни съоръжения. Търсеният от нас „синергетичен ефект“ - ползването на комбинация от взаимно допълващи се форми на реклама - сериозно увеличава ефективността и позволява осъществяването на уникални рекламни стратегии.

Що се касае до пречките пред българския рекламен бизнес, като основна мога да посоча регулацията. Има крещяща нужда от нейното ►



THE RIGHT TO CHOOSE

Zarina Gencheva, Metroreklama CEO, for *Bulgaria On Air*

By KALIN ANGELOV / Photography IVAYLO PETROV

Ms. Gencheva, you have been leading Metroreklama for more than 12 years now. During this time, things like Smartphones, Facebook, YouTube have appeared. Has the outdoor advertising business changed?

First of all, the advertising business is really young in Bulgaria. It started with the birth of private business at the beginning of the 1990's. We started from scratch, partly on what we had learned at university, but mostly learning along the way, often by "trial and error". Over the last 12 years, the outdoor advertising business has developed, which is evident by the number of billboards in the country – it has increased five times. The other forms of advertising include big chains stores, petrol stations, shopping centers, etc. The Sofia Metro gave us the opportunity to break into transport advertising, which was unknown in Bulgaria until that time. It was the success we had with advertising on the metro that encouraged us to expand our portfolio with branded ground transport - a project that is reaching its peak at the moment.

If we take a backward glance, what was the most shaking event in the advertising world?

As far as Bulgaria is concerned, processes here are dynamic, but not due to technologies.

A shaking event was the idea that a vote would close down an entire segment of the Bulgarian advertising market. What I mean is the attempt in 2012 to ban billboards on motorways and high-speed roads – an absurd idea, supported by baseless arguments and falsified facts. This is what led to the establishment of our branch association, TIARA, a union of those engaged in the outdoor advertising business. TIARA is strongly motivated to continue the development of this advertising segment, which has proven benefits.

Where is Bulgaria in comparison to the rest of the advertising markets in Europe? And what about its intensity and regulations? What are the main obstacles for the Bulgarian advertising business?

The Sofia Metro gave us the opportunity to break into transport advertising, which was unknown in Bulgaria until that time

ian advertising business?

In regard to outdoor advertising, I can say that for a long time we have been equal with the European markets. International experts have declared the Sofia Metro as one of the most logical and organized systems in Europe, which is full of various advertising formats. The "synergic effect" we were looking for – the use of a combination of complementing forms of advertising – seriously increases effectiveness and provides unique advertising strategies.

Regulation is the main obstacle for advertising businesses in Bulgaria. There is a pressing need for fixing this problem. Until it is fixed, however, the existing standards must be applied, which should be strict and seriously controlled. Even the best law does not work without control. Establishing a constant dialogue between business, state and municipalities is indispensable.

How do you estimate the business environment in Bulgaria? In *The Inflight Magazine* we often ask this question to leading managers and the strangest thing is that positive assessments usually come from foreigners.

The business environment in Bulgaria is particularly competitive, but unfortunately only for the developed niches. The problem is that investment is made into existing areas and new



areas are not sought after. This not only leads to difficulties, but also, as we have seen in recent years, to the collapse of entire sectors. The construction and hotel business are good examples of this collapse.

I am confident that regulation and self-regulation in separate sectors would give a strong push in the business environment, so that the “grey sector” could become more transparent. All areas of the economy would benefit from this, including the state, employers, employees, and society as a whole. As far as the opinion of the foreign managers is concerned, they are just more diplomatic.

Besides being CEO in Metroreklama, you are also the chairperson of the branch association, TIARA. Tell us more about the work of this association.

TIARA is the successor of the Billboard Owners Union, which, as I have mentioned, was established because of the attempt to ban advertising on the motorways. It turned out that there are no statistics regarding the influence billboards pose on traffic safety. The category “clash with roadside facility” is cited in about 1 percent of the cases, but billboards are not the only thing in this category.

The union works 24 hours a day to over-

come existing government decisions. Also, the union provides information to the authorities responsible for voting in the country. This sector must have better regulations, and should be more like other European countries. The union started the United Public Register of Equipment and an identical labeling system for the purposes of regulating the sector. These ideas were outlined in the Special Road Use Regulation that was accepted in January of this year. Today, thanks to our work, the TIARA association is a full member of FEPE International. It is likely that one of the next FEPE congresses may be held in our country.

What is the secret of a successful outdoor advertising campaign? For many people, this type of advertising seems expensive, complicated and unattainable. How much does it actually cost to promote your product?

The secret of a successful outdoor campaign is the adequate combination of various communication channels. I always advise my clients that they must communicate their brand, not only during its introduction on the market and during its implementation, but to provoke users and remind them of its advantages via the appropriate channels.

For me, the price to promote your product is always justified.

What are the most frequent mistakes companies make when they choose outdoor advertising for the first time?

Most often, they do not understand that a one-time advertising campaign will not produce miracles, neither for their image, nor for sales growth. If you are referring to the more formal side of advertising, there is only one principle in out-of-home media, the text must be like the ingredients in a dish – less quantity and only the right ones!

How do new technologies affect outdoor advertising?

It is a kind of transition from the old to the new. It is the only physical medium to survive, keeping in mind the general digitalization of our society. Outdoor advertising is not fighting for the audience’s attention. It exists in the general social environment, without additional expenses for the consumer and now is the best time for it. Statistics show that worldwide, people spend a small portion of their active time at home – only 10 percent at home and the other 90 percent out of the house.

In the last year and a half, I assume that you ►

► усъвършенстване. Но докато това се случи, все пак съществуващите норми трябва да се прилагат – стриктно и със сериозен контрол. Без контрол и най-добрият закон не работи. Крайно необходимо е също да се установи постоянен диалог между бизнеса, държавата и общините.

Как оценявате като цяло бизнес средата в България? В The Inflight Magazine често задаваме този въпрос на водещи мениджъри и най-странното е, че обикновено позитивните оценки идват от чужденците.

Бизнес средата у нас е силно конкурентна, но за жалост само по отношение на вече разработените ниши. Проблемът е, че не се търсят нови области, а се инвестира само в съществуващите. Това води не само до затруднения, но и - както видяхме в последните години – до краха на цели браншовете. Строителството и хотелиерството са подходящи примери.

Убедена съм, че силен тласък на бизнес средата би дала регулацията и саморегулацията в отделните браншовете, за да може най-сетне така нареченият „сив сектор“ да изсветлее. От това печелят всички участници в икономическия живот – държавата, работодателите, служителите и обществото като цяло. Колкото до мнението на чуждите мениджъри... те просто са по-дипломатични.

Освен CEO в "Метрореклама", вие сте председател и на браншовата асоциация ТИАРА. Разкажете ни малко повече за дейността на асоциацията.

ТИАРА е наследникът на Обединението на собствениците на билбордове, което, както споменах, бе създадено заради опита да се забранят със закон рекламите по магистралите. Оказа се, че липсва всякаква статистика за влиянието на билбордовете върху безопасността на движението. При около 1% от катастрофите като причина се посочва "Сблъсък с крайпътно съоръжение" – но в тази категория далеч не са само билбордовете...



Тајната на успешната outdoor-кампания е адекватното комбиниране на разнообразни канали

Екипът на обединението работи денонощно, за да бъдат преодолени вече почти взетите решения. И за да даде аргументи на органите с решаващ глас в държавата, че браншът трябва да продължи да съществува, вече в един далеч по-регламентиран и европейски вид. Заложено беше началото на Единен публичен регистър на съоръженията и идентична маркировка за тях, на пълна регулация на бранша. Тези идеи залегнаха във вече приетата през януари тази година Наредба за специално ползване на пътищата. Днес, благодарение на активната ни работа, асоциация ТИАРА е пълноправен член на международната FEPE International. Нещо повече – има инициативи, че един от следващите конгреси на FEPE може да се проведе именно в нашата страна.

Каква е тајната за една успешна кампания с външна реклама? В представите на много хора това е нещо скъпо, сложно и непостижимо. Колко струва всъщност да направиш продукта си популярен?

Тајната на успешната outdoor-кампания е адекватното комбиниране на разнообразни комуникационни канали. Винаги съветвам своите клиенти да подхождат с идеята, че трябва да комуникират своят бранд не само при въвеждането му на пазара и при неговото налагане, а също да провокират потребителите и да им припомнят неговите предимства чрез подходящите канали.

За мен цената да направиш продукта си популярен е винаги оправдана.

Какви са най-честите грешки, които

допускат фирмите, когато за пръв път прибежат към външна реклама?

Най-често не осъзнават, че с еднократна рекламна активност не могат да очакват чудеса нито за имиджа си, нито за ръста на продажбите. Ако говорим за формалната страна на нещата, принципът тук е един – в Out Of Home медиите текстът трябва да е като погравките в едно ястие – по-малко количество и само точната!

Как се отразяват новите технологии на външната реклама?

Тя е един своеобразен преход от старото към новото – единствената реално оцеляла физическа медия на фона на всеобщата дигитализация. Външната реклама не се бори за вниманието на аудиторията – тя съществува в общата социална среда без допълнителен разход за потребителя. А времената никога не са били толкова добри за нея. Статистиката сочи, че хората по света прекарват рекордно малка част от активното си време у дома – само 10%, през останалите 90% са извън къщи.

Предполагам всички вече са забелязали, през последната година и половина, че в основните рекламни визии присъстват QR кодовете и външната реклама се явява едно продължение на комуникацията в онлайн медиите. Препратката от онлайн към офлайн и обратно, допълва цялостния процес на комуникация.

Ще посоча един успешно реализиран проект с наш международен партньор, при който на метростанция в София беше монтирано интерактивно снимащо устройство. Беше забавно да се наблюдават реакциите на пътници от различни поколения и с различни професии. Но важното беше, че успяхме да докоснем чисто човешката потребност от усмивка и положителни емоции. Друг наш клиент ще заложи на идеята върху стандартни рекламни пана в метрото да се инсталират MP3-плеъри, които дават възможност на пътниците да слушат музика чрез личните си слушалки, докато се возят.

Изобщо взаимодействието между външната реклама и новите технологии е нещо фантастично. Благодарение на него днес, докато пътувате от точка А до точка Б, вие не само ще сте се информирали за продукта или услугата, които са предмет на рекламата, но може дори да сте го закупили или консумирали.

През 2006 кметът на бразилския Сао Пауло въведе така наречения "Закон за чистия град", с който по същество изцяло забрани външната реклама – най-големият такъв експеримент извън Северна Корея. Според някои изчисления това е

Взаимодействието между външната реклама и новите технологии е нещо фантастично

донесло загубата на 133 млн. долара и 20 000 работни места, да не говорим за чисто естетическия ефект от оголването на един и без това неузлеген бетонен град. Има ли и други функции на външната реклама, за които не се сещаме и не се замисляме?

Самото споменаване на Северна Корея показва, че забраната на цял един бранш е тоталитарна практика, недопустима за демократичния свят. Външната реклама действително създава работни места и бюджетни приходи, да не говорим, че прави града по-интересен. Тя може да бъде и обществено полезна – каквото е случаят със започващата съвместна кампания на ТИА-РА и Българската асоциация на постралади при катастрофи, която трябва да привлече вниманието на всички участници в движението върху проблемите при пътуване и безопасността. За нас е дълг и привилегия да сме част от Световната кампания за пътна безопасност. Общият брой на загиналите по пътищата в световен мащаб остава шокиращо висок: 1.24 милиона души годишно. Кампанията е факт от 1 май, за реализирането ѝ разположихме над 100 съоръжения за външна реклама в цялата страна.

Впрочем, като стана дума за Сао Пауло, ние знаем какво точно би станало, ако опитът за прокарване на забрана у нас бе успял. Държавата щеше да загуби около 5 млн. лева от такси всяка година, без да смятаме загубите от ДДС и корпоративен данък. И още 30 милиона лева годишно по формата на заплати и осигуровки.

Това може би е браншът с най-висока добавена стойност – комуникационният канал на малкия и средния бизнес. А именно малките и средни предприятия са основата на икономическата пирамида. В тях е съсредоточен най-голям брой работещи. В тези сложни времена външната реклама е едно по-достъпно средство, чрез което тези стотици фирми популяризират дейността си и осигуряват потребители за своите стоки и услуги. От този сектор са зависими десетки хиляди българи.

Така, че моят апел е: нека усилията бъдат съсредоточени градивно, в посока легализирането на сивия сектор. Защото

щетите, които нанася не само на нас, но и на държавата, са с чудовищни размери.

Вие сте дипломиран инженер в една госта търсена специалност, защо се насочихте към рекламата? Ако днес трябва да дадете три съвета на младежите, които избират рекламата като кариера, какви ще са те?

Това беше една неразработена ниша, а аз обичам предизвикателствата – гледам на тях като на шанс да се разгърнеш. Освен това смятам, че рекламата е точно то място за една жена, тъй като изисква креативност, тънка психология и огромно търпение – неща, по-неспецифични за мъжкия свят. Що се отнася до младите колеги, бих ги посъветвала следното: Заложете на новото и не се страхувайте да рискувате! Учете се през целия си живот – винаги има от кого и на какво, а успехът идва само при знаещите; Бъдете целенасочени, отговорни и, не на последно място, честни – честността е качество, което тепърва ще бъде на мода, и не само в рекламата.

Една от най-бавно навлизащите у нас западни практики касае човешките ресурси. Каква е вашата политика в тази област? Как подбирате и мотивирате екипа си?

Инвестирането в човешкия капитал е един от основните приоритети за нашата компания. До голяма степен точно това ни позволи да се разгърнем до настоящия си размах и да запазим максимално високо ниво на обслужване на клиентите. Диверсификацията на портфолиото ни е изцяло търсен ефект и е едно от основните ни конкурентни предимства. Това ни позволява да отговаряме на всяка хрумване на рекламодателите, а също да ги обогатяваме и развиваме със свои идеи, както и да предлагаме високоефективни комбинации от формати при медия планирането. Затова и в "Метрореклама" работят утвърдени професионалисти, с които израснахме заедно от самото ѝ създаване, а и много млади хора, които с обич наричаме „новите диаманти“. От края на миналата година създадохме и своя стажантска програма, която ни позволи да влеем още нови идеи и сили от завършващите студенти. Вече имаме млади колеги, които след стаж станали част от нашия търговския тим. Те ни дават свежа и различна гледна точка, ентусиазъм и креативност.

Кой е най-паметният проект, по който сте работили?

Вярвам, че той ни предстои. И нека бъде по-провокативен, за да имаме шанса да разгърнем целия си креативен потенциал. ■

► have noticed that QR codes and outdoor advertising are part of an overall advertising vision and are a continuation of the communication of online media. The reference from online to offline and back to online again completes the whole communication process.

As an example of a successful project, we did a campaign with our international partner and installed an interactive shooting device in a Sofia Metro station. It was very interesting to observe the reactions of various passengers from different ages and professions. The important thing about this activity was that we touched the purely human necessity to smile and we generated positive emotions.

Another client of ours will install MP3-players on standard advertisements on the Metro, which will give passengers the opportunity to listen to music on their personal headphones while travelling.

In general, interaction between outdoor advertising and new technologies is something fantastic. Thanks to this new collaboration, while you are travelling from point A to point B, you will not only be informed about the product or service which are the subject of the advert, but you can even buy it or consume it while traveling.

In 2006, the mayor of the Brazilian city Sao Paulo introduced the Clean City Act, which banned outdoor advertising – the biggest experiment like this outside of North Korea. According to some estimates, this has led to a \$133 million loss and the loss of some 20,000 jobs. Not only has this caused an economic problem, but also an aesthetical one because people must now only stare at a concrete city. Are there any other functions of outdoor advertising that we do not know or think about?

Just mentioning North Korea shows that banning an entire sector is a totalitarian policy, inadmissible in the democratic world. Outdoor advertising not only creates jobs and budget revenue, but also makes a city more interesting.

It can also be socially beneficial, as is the case with the mutual campaign between TIARA and the Bulgarian Association of People Injured in Accidents. This campaign will draw attention to travelling and safety issues. It is a not only a duty, but also a privilege for us to be part of the World Road Safety Campaign. The total number of worldwide road casualties remains shockingly high: 1.24 million people a year. The cam-



Some companies don't understand that a one-time advertising campaign will not produce miracles

ampaign will go live on May 1 and we have created more than 100 outdoor advertising formats all over the country.

In fact, mentioning Sao Paulo, we know exactly what would have happened in Bulgaria if this type of ban had succeeded. The state would have lost about 5 million leva worth of fees every year without taking into consideration the VAT losses and the corporate tax losses; and another 30 million leva annually for the loss of salaries and social security.

This is perhaps the sector with the highest added value, acting as the communication channel for small and medium sized businesses. Small and medium sized enterprises are the base of the economic pyramid and the largest number of employed people are concentrated in these two types of enterprises. In these difficult economic times, outside advertising is a more affordable medium than others and companies can promote their businesses using this medium. Tens of thousands of Bulgarians are dependent on this sector.

Therefore, my appeal is this: there should be gradual efforts to legalize the grey sector be-

cause there is not only damage to us, but also to the state.

You are a qualified engineer, so why did you enter the field of advertising? If you had to give three pieces of advice to young people who have chosen advertising for their career, what would they be?

It was an undeveloped niche and I like challenges - because I it gives me the chance to prove myself. I believe that advertising is a good fit for a woman, as it requires creativity, psychology and great patience – things that are more specific for the women's world.

My advice to young people is to do the following: Use new technologies and do not be afraid to take risks!; Learn throughout your life – there will always be people to learn from and success comes only to the knowledgeable ones; Be determined, responsible and last but not least, honest – honesty is a quality that is in fashion and not only in advertising.

One Western practice that has penetrated Bulgaria, quite slowly, is human resources. What is your policy in this sphere? How do you recruit and motivate your team?

Investing in human capital is one of the main priorities of our company. To a great extent this has allowed us to advance to our current scope and to maintain the maximum high quality service. The diversification of our portfolio is a fully sought after and is one of our main competitive advantages. These attributes allow us to respond to any idea our advertisers might have, as well as to enrich and develop our own ideas and offer highly efficient combinations of formats in media planning. That is why we have skilled professionals who have been with "Metroklama" since the beginning, as well as many young people who we lovingly call the "new diamonds". Since the end of last year, we have had our own internship program and it has allowed us to incorporate new ideas and the strengths of the graduating students. We already have young colleagues who have become part of our trade team after their internship was completed. They give us a fresh and different point of view, enthusiasm and creativity.

What is the most memorable project you have worked on?

I believe it is yet to come and I hope it will be more provocative than ever, so that we can demonstrate all of our creative potential. ■



Общо и здравно застраховане



Животозастраховане



Пенсионно осигуряване



СЪГЛАСИЕ[®]

С поглед към твоето бъдеще!



БАЛОН ОТ ЧИСТО ЗЛАТО

Отминалата криза ясно ни показва цикличността на имотните пазари. Игва ли обаче времето на възходящия цикъл?

Текст МАРИНА МАРТИНОВА / Фотография SHUTTERSTOCK

"Повтаряйте след мен", казваше американският коментатор Армстронг Уилямс, "недвижимите имоти дават най-високата възвръщаемост, най-голяма стойност и най-малък риск". Кредитната криза набързо разруши увереността на г-н Армстронг и хиляди други предприемачи като него, вложили парите си в недвижима собственост. Но днес американският пазар отново върви уверено нагоре, доказвайки за пореден път, че играта с балони е нещо неустойчиво дори за пораснали хора.

НЕДВИЖИМИТЕ ИМОТИ поскъпват не само в САЩ, но и почти навсякъде в световен мащаб (напук на мрачните прогнози, че вече отминалата криза ще ги приземи за десетилетия напред). Осемнайсет от 23-те основни пазари, които световните индекси следят, отчитат ръст за последната година. В Щатите домовете са поскъпнали с 24% за две години, макар все още да остават под пиковите си стойности от 2006 година. Във Великобритания цените растат с най-високото си темпо от кризата насам; имотите поскъпват дори на традиционно промавия германски пазар.

В Китай ръстът за последната година е над 9%, което кара някои експерти вече да се боят от спукване на балона. Бразилия, която се подготвя да приеме световното първенство по футбол, отчита 13% скок, а в Рио де Жанейро цените са се утроили за по-малко от десетилетие.

НИТО ЕДИН ДРУГ БИЗНЕС НЕ Е ТОЛКОВА податлив на балони и на цикли boom-and-bust, като имотния сектор. Причините са ясни: имотите са единствената стока от непрекъсната и първа необходимост, която предлага и добра трайност. И Армстронг Уилямс до голяма степен е прав: в повечето случаи недвижимостите наистина дават най-добрата доходност при най-малък риск. Изключението е в моментите около спукването на поредния балон.

Как обаче да отгатнем кога игват тези моменти? Реномираното британско издание The Economist, което следи внимателно темата от 2002 насам, предлага два инструмента: сравняване на имотните цени с доходите, и с цените на наемите. Ако в един момент тези две съотношения ►

Bubble of Pure Gold

The past crisis clearly showed us the cyclical real estate markets, but has the time come for an upward cycle?

By MARINA MARTINOVA / Photography SHUTTERSTOCK

"Repeat after me," American commentator Armstrong Williams said, "real estate provides the highest returns, the greatest values and the least risk." The credit crunch quickly shattered Armstrong's confidence and thousands of other entrepreneurs like him, who had invested their money in real estate. But today, the American market is again improving, proving yet again, that bubble games are irresistible, even for grow-ups.

REAL ESTATE is becoming more expensive, not only in the U.S., but almost everywhere in the world (despite the gloomy forecasts that the passed crisis would halt it for decades). Eighteen of the 23 key markets monitored by global indexes show a growth in the past year. In the U.S., the cost of housing has increased by 24 percent in two years, although it still remains below the peak values in 2006. In the UK, prices are growing at their highest rates since the crisis; property is becoming more expensive even in the traditionally sluggish German market.

In China, growth in the past year exceeded 9 percent, causing some experts to fear that the bubble would burst. Brazil, which is preparing to host the World Cup finals, reports a 13 percent jump, and in Rio de Janeiro prices have tripled in less than a decade.

NO OTHER BUSINESS IS AS SUSCEPTIBLE to bubbles and boom-and-bust cycles as the real estate sector. The reasons are clear: properties are the only commodity of constant necessity,

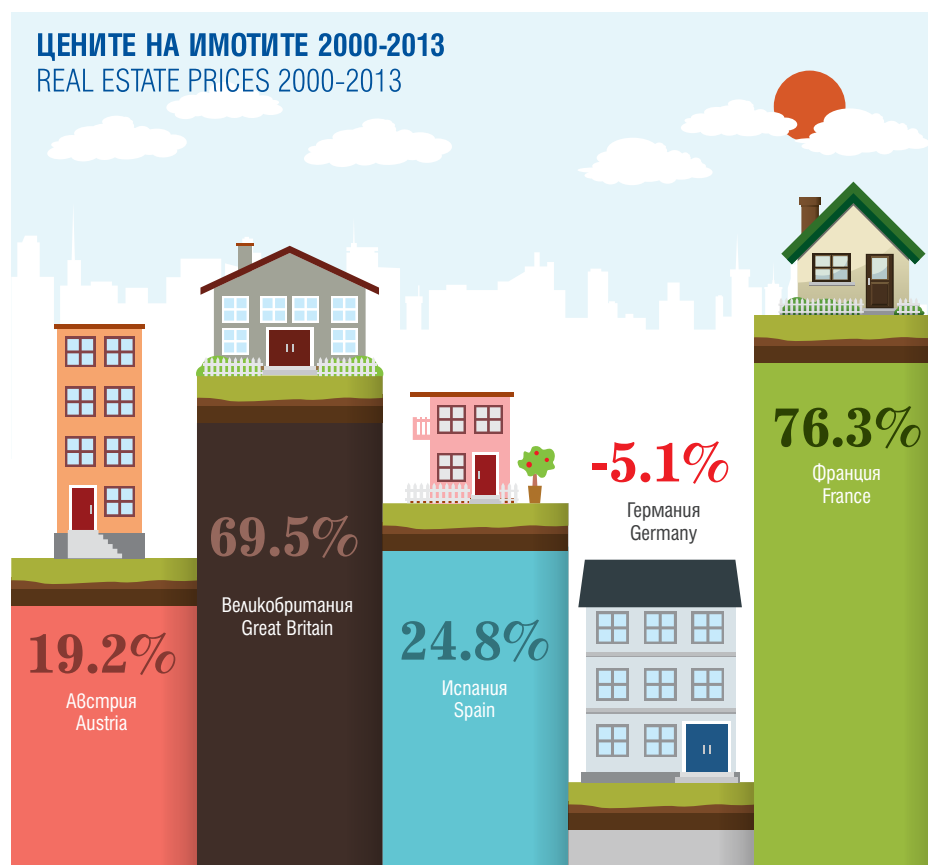
and also offer good stability. Armstrong Williams is right to a large extent: in most cases, real estate does indeed yield the highest returns at the least risk. The exception is when the latest bubble bursts.

But how can we guess when this time will come? The renowned British magazine, *The Economist*, which has closely followed the issue since 2002, proposes two instruments of comparison for real estate prices - with income and with rental prices. If at some point these two proportions grow dramatically higher than the historical average, it means that properties are overpriced and the bubble is about to burst. And, vice versa, if they are lower, it is the time to invest. If using this method, Canada is currently a risky market, Japan (and to some extent Bulgaria) are both promising.

Unfortunately though, these mechanisms are far from perfect. Sta-

tistics are a useful tool, but it can never account for all new trends and psychological factors. For example, it does not take into account growing urbanisation (which guarantees the development of markets such as the one in Sofia), it does not take into account events such as forthcoming EU membership, which caused property prices to balloon everywhere in Central and Eastern Europe on the eve of the official joining.

MARKETS THAT HAVE ALREADY HIT ROCK BOTTOM are the safest investment - barring any extraordinary circumstances which may threaten their liquidity (as in Syria or Ukraine). Spain is a perfect illustration: an unprec-



Източници / Sources: OECD; The Economist

edented boom over the past decade, followed by a sudden collapse (with an average value loss exceeding 37 percent), and now there is a visible revival. It rests on the general conviction that the worst for the Spanish economy has passed and now the road will be upward, even though it may be slow. The "Bad Bank", created in 2012 to manage troubled property assets for 51 billion euro, has already started offloading them successfully. Investors like George Soros and John Paulson are intervening actively in the Spanish market.

The growth of the German market is interesting because it has always developed at a sensible and cautious pace. The Federal Republic escaped the bubbles, which limited the opportunities for speculative hits, but guaranteed local sector companies a predictable and profit margin. One reason for this is, of course, that Germany is the largest economy in Europe. The second, arguably even more important reason, is cultural: generally, for example, the Bulgarians, British and Spanish prefer to own their homes, while the Germans are quite satisfied to rent their housing. The big property owners are mainly the local governments or public sector companies, such as Deutsche Bahn. Still, there are also private players in the sector who have lately been entering the exchange in large numbers under enviable interest.

JUDGING BY THE RESURGENCE of investors, the crisis has now passed almost everywhere in Europe. In many places, however, investments seem to outweigh recovery: there are many projects, but few renters. This is particularly evident in the office space segment. In the Paris business district of La Defense within the space of six months new buildings have opened with a total area of over 130,000 square meters, yet at the same time, the share of vacant offices exceeds 12 percent for the first time.

A similar trend, although to a lesser extent, is also seen in the Bulgarian market. In recent months foreign investors have undoubtedly been more active, especially when it comes to retail and office space. The reason is simple: the returns remain high at a range of 9-10 percent. At the same time, in Western Europe and the longer exploited markets in Central Europe, it has dropped to below 6 percent. "Many property funds are currently raising capital and the more risk-friendly among them are already looking around in Bulgaria," Forton CEO Michaela Lashova commented to Capital Weekly. According to Green Life owner Nikolai Pehlivanov, vacation properties are the most lucrative, with the stipulation that this sector is greatly dependent on Russian buyers and hence susceptible to political instability.

THE HOUSING SECTOR IN BULGARIA, which saw the biggest boom from 2003 to 2007, is also gradually recovering, although only in some regions.

The Sofia market is moving upward and regaining its position as the country's largest real estate market (a place held by Bourgas for one year). The two main seaside cities are both recording a growth: Bourgas at merely 1.5 percent, but in a very high segment, and Varna at 35 percent.

According to the National Registry of New Constructions and Reconstructions (bcc.bg), after four years of continuous decline, in 2013 the number of new projects has risen by almost 22 percent. The growth in housing construction now exceeds 16 percent.

Over half the new spaces are accounted for by housing and vacation properties, while the share of retail and office space has dropped to below 14 percent.

"The crisis literally crushed the market – in some segments the decrease was tenfold," said property expert Vladislav Traikov. "But on a positive note, it also filtered out speculators and one-time-occurrences. Only serious players remained – those with long-term strategies and a good reputation. And this is the best guarantee of quality, and of development." ■

Belle époque



С. ЛОЗЕНЕЦ / НОС АМБЕЛИЦ



Belle Époque Ambelits Beach – елитна морска резиденция в прекрасния морски курорт Лозенец. На самата първа линия, до пясъчния плаж на живописния нос Амбелиц. Елегантно здание с великолепна архитектура във френски стил, вдъхновена от Лазурния бряг и неговите емблематични курорти Сен Тропе, Ница и Кан. Затворена зона с прекрасна градина, басейн, паркинг и множество удобства за собствениците и техните гости. За продажба само 36 апартамента с перфектни морски гледки. Целогодишно обслужване и VIP-услуги.

ИНФОРМАЦИЯ И ПРОДАЖБИ

☎ +359 885 353 353

WWW.BELLEÉPOQUE.BG

ЧОБАНОВ
&
СТОЯНОВ

БУТНИКОВО СЪЮБЛИТЕСТРО

▶ станат грастично по-високи от средното в исторически план, значи имотите са надценени и спукването предстои. И обратното - ако са по-ниски, сега е моментът да се инвестира. В този смисъл Канада в момента е рисков пазар; Япония (и донякъде България) – перспективни.

За съжаление обаче тези механизми са далеч от съвършенството. Статистиката е полезен инструмент, но никога не може да отчете всички нови тенденции и психологически фактори. Тя например не взема предвид растящата урбанизация (която гарантира развитие на пазари като този в София, да речем); не отчита събития като предстоящото членство в ЕС, което наду имотните цени навсякъде в Централна и Източна Европа в навечерието на разширяването.

ПАЗАРИТЕ, СТИГНАЛИ ВЕЧЕ ДЪНОТО, са най-сигурната инвестиция – стига да няма извънредни обстоятелства, застрашаващи ликвидността им (като в Сирия или Украйна). Отлична илюстрация е Испания: недвижен разцвет през миналото десетилетие, после внезапно сгромолясване (със средна загуба на стойност,



надхвърляща 37%), и сега – видимо съживяване. В основата му е всеобщото убеждение, че най-лошото за испанската икономика вече премина и сега пътят ще е нагоре, дори и да е с бавни темпове. "Лошата банка", създадена през 2012 да управлява проблемни недвижими активи за 51 милиарда евро, вече започна успешно да ги продава. Инвеститори като Джордж Сорос и Джон Полсън се намесват активно на испанския пазар.

Любопитен е и ръстът на германския пазар, който досега винаги се е развивал с разумни и даже предпазливи темпове. Във Федералната република се разминаха с балоните – което ограничи възможностите за спекулативни удари, но гарантира на местните компании от сектора предвидима и сигурна норма на печалба. Едната причина за това е, разбира се, че Германия е най-голямата икономика в Европа. Втората, може би дори по-важна, е културологична: за разлика от народи като българите, британците и испанците, които предпочитат да са собственици, германците са напълно доволни да са само наематели. А големите собственици на имоти са предимно местните правителства или компании от публичния

П
Р
Я
М
О
Т
З
А
С
Т
Р
О
Й
Ш
И
К
А

Н
Е
Д
В
И
Ж
И
М
О
С
Т
Ь

Б
О
Л
Г
А
Р
И
Я
П
О
М
О
Р
И
Е

+359 888 811118
e-mail: pirgos@pirgos.com
www.psgroup.eu

МАЛАЯ РОСИЯ

**Специальные скидки
с ЦЕНЫ 28 880 EUR
Апартаменты площадью
40 м2- 73м2**

сектор като Deutsche Bahn. Все пак в този сектор има и частни играчи, които напоследък масово взеха да излизат на борсата – при завишен интерес.

АКО СЕ СЪДИ ПО АКТИВИЗИРАНЕТО на инвеститорите, почти навсякъде в Европа кризата е вече минало. На много места обаче инвестициите сякаш изпреварват съвземането: има много проекти, но малко наематели. Това личи особено в сегмента на офис площите. В парижкия бизнес район "Ла Дефанс" в рамките на шест месеца се откриват нови сгради с обща площ над 130 000 квадрата – но в същото време делът на незаетите офиси за пръв път надхвърля 12%.

Подобна тенденция, макар и в по-малка степен, се наблюдава и на българския пазар. В последните месеци несъмнено има активизиране на чуждестранните инвеститори, особено когато става дума за търговски и офис площи. Причината е проста: годиността от тях у нас си остава висока, в границите на 9-10 на сто. В същото време в Западна Европа и на по-отдавна експлоатирани пазари в Централна Европа тя падна до под 6%. "Много фондове за имоти в момента набират капитал и по-рисково настроените сред тях вече оглеждат и България", коментира Михаела Лашова, изпълнителен директор на Forton, пред "Капитал". Според собственика на "Грийнлайф" Николай Пехливанов най-перспективни са ваканционните имоти, с уговорката, че този сектор

Софийският пазар върви нагоре и си връща позицията на най-голям в страната от Бургас

е силно зависим от руските купувачи и съответно – податлив на политически рискове.

ЖИЛИЩНИЯТ СЕКТОР В БЪЛГАРИЯ, който бе в основата на бума през 2003-2007, също постепенно се съвзема, макар и само в някои региони.

Софийският пазар върви нагоре и си връща позицията на най-голям в страната (която за година бе притежание на Бургас). Двата главни морски града също отбелязват ръст – Бургас с едва процент и половина, но от госта висока база, а Варна – с цели 35 на сто.

Според Националния регистър за ново строителство и реконструкции (bcs.bg) след четири години на непрекъснат спад през 2013 се е увеличил броят на започнатите нови проекти (с почти 22%). Ръстът при жилищното строителство е над 16 на сто.

Над половината от започнатите нови площи се падат на жилища и ваканционни имоти, докато делът на търговските и офис площи пада до под 14%.

"Кризата буквално смаза пазара – в някои сегменти свиването беше десетократно", коментира Владислав Трайков, експерт по недвижимостите. "Но положителният аспект е, че тя също отся спекулантите и еднодневките. В бранша останаха само сериозните играчи – онези с дългосрочни стратегии и с репутация, на която държат. А това е най-добрата гаранция за качество, и за развитие". ■

Faram
1986

УНИКАЛЕН ДИЗАЙН ЗА ДОМА И ОФИСА

Над 25 години фирма „Фарам“ е символ на първокласен италиански дизайн, изключително качество и модерни решения за цялостно проектиране и обзавеждане на офиси и частни домове.

УСЛУГИ

Комплексни архитектурни и проектантски услуги - от идеята до финалния проект. Строителен и инвеститорски контрол.

ОФИС ОБЗАВЕЖДАНЕ

Луксозни офис мебели на водещи италиански производители - IVM, Kastel, Archiutti.

ЖИЛИЩНИ ПРОЕКТИ

Интериорен дизайн, мебели, блиндирани и интериорни врати за апартаменти, къщи и хотели.

WWW.FARAM.BG



УПРАВЛЕНИЕТО НА ИМОТНИ АКТИВИ - ТЕМА НА КЛУБ INVESTOR.BG

„Успешни практики при управлението на портфейли от имотни активи“ е темата на поредната дискусия в Клуб Investor.bg, насрочена за 20 май в Гранд Хотел София. Ще бъдат обсъдени успешните практики, проблемите, грешните подходи и рискове в процеса на търсене на инвеститори, както и стратегии за реализиране на портфейли от имотни активи. Тематичният клуб през май цели да събере специалисти от инвестиционни фондове, инвеститори и собственици на активи от имоти. Дискусията ще бъде интересна и за големи български и международни компании, финансиращи инвестиции, агенции за недвижими имоти и консултанти.

Клуб Investor.bg е клубът на инвестиционната общност в България и на всички, които се интересуват от пазарите и тяхното развитие. От 2007 г. насам в рамките на клуба са се провеждат редица събития с дискуссионен характер в областта на финансовите и капиталовите пазари, агробизнеса, пазара на имоти, предприемачеството и бизнеса.

Присъединете се към Клуб Investor.bg – клуба на инвестиционната общност в България!

За контакти: 02/812 9 831, 812 9 842, club@investor.bg

PROPERTY ASSETS MANAGEMENT – TOPIC OF CLUB INVESTOR.BG

“Successful practices in the management of property assets portfolios” is the topic of the new discussion in Club Investor.bg scheduled for May 20 in the Sofia Grand Hotel. Successful practices, problems, wrong approaches and risks in the process of searching for investors, as well as strategies for implementation of property assets portfolios will be discussed. The May club aims at bringing together experts from investment funds, investors and owners of property assets. The discussion will also be interesting for big Bulgarian and international companies financing investments, property agencies, and consultants.

Club Investor.bg is the club of the investing community in Bulgaria and of all those who are interested in the markets and their development. Since 2007 the club has played host to a series of discussion events in the field of the financial and capital markets, agribusiness, real estates market, entrepreneurship, and business.

Join Club Investor.bg – Bulgaria's investing community club!

Contact us: 02/812 9 831, 812 9 842, club@investor.bg

 Клуб INVESTOR.BG

СЪВРЕМЕННИТЕ БЪЛГАРСКИ КЪЩИ
ЕКОЗИД



THE BULGARIAN HOUSES
ECOZID

10 ГОДИНИ ПРОЕКТИРАНЕ И СТРОИТЕЛСТВО НА НИСКО-
ЕНЕРГИЙНИ И ПАСИВНИ КЪЩИ С **ДЪРВЕНА КОНСТРУКЦИЯ**

10 YEARS IN THE DESIGN AND CONSTRUCTION OF ENERGY
EFFICIENT AND PASSIVE HOUSES WITH **WOODEN STRUCTURE**

www.ecozid.com



СУЕТА ДО НЕБЕТО

Само след четири години ще е факт първата еднокилометрова сграда. Функция на демографския бум ли са небостъргачите, или алармен сигнал за икономиката?

Текст ЕМИЛ ИВАНОВ / Фотография SHUTTERSTOCK

Сгради, подаващи се над облаците - звучи като научна фантастика. А всъщност е въпрос само на още четири години. През 2018 по план ще бъде завършен първият небостъргач, надхвърлящ границата от един километър. Kingdom Tower в Саудитска Арабия ще измести сегашния първенец – Бурж Халифа в Дубай, с неговите „скромни“ 829 метра. Трудно е дори да осъзнаем за каква височина става въпрос. През по-голямата част от XX век най-високата сграда в света беше "Емпайър Стейт Билдинг" в Ню Йорк - 381 метра. Хора припадаха от ужас, щом се окажеха на площадката му за наблюдение. А сега си представете три "Емпайър Стейт Билдинг" един върху друг, и ще разберете какво ще представлява Kingdom Tower.

ПЪРВИТЕ ДВЕ ДЕСЕТИЛЕТИЯ на XXI век донесоха революция в схващанията ни

за високите сгради. Небостъргачите, които доскоро спираха гъха ни, вече не намират място в класациите.

Обяснението е просто – ако днес в градовете живеят 3.5 млрд. души, през 2050 година те вече ще са 6.3 милиарда. Това означава, че всяка седмица през следващите години градовете ще се сдобиват с по 1 милион нови жители.

Затова надпреварата към небето не забавя ход и за миг. Азия и Близкият изток все повече изместват в периферията САЩ, които допреди 15 години имаха почти вековно първенство по отношение на небостъргачите. Когато всички вече задействани проекти бъдат завършени, най-високата сграда на Америка - нийоркският One World Trade Center - ще е едва 17-а по височина в света. И единствената в цялото Западно полукълбо, която ще намери място сред първите 40 небостъргачи на планетата.

Най-много от тях ще се издигнат в Китай.

ВСЕ ПО-ДРЪЗКОТО ПРОТЯГАНЕ КЪМ НЕБЕТО няма как да се случи без пробив в строителните технологии. Финландският производител на асансьори Kone вече обяви, че след десетгодишни разработки е създал система, която би трябвало да може да вдигне асансьор на височина един километър. Това постижение надхвърля два пъти досегашните възможности и се дължи на смяната на традиционните стоманени кабели с такива от въглеродни влакна, които са едновременно по-здрави и по-леки. Според компанията стоманените въжета в асансьор за 400-метрова сграда тежат около 18 650 кг, докато новият материал UltraRope за същото съоръжение ще тежи едва 1 170 кг. Асансьорът с него би бил с 45% по-лек, отколкото с въжета от стомана. Освен че налагат по-малко потреб-

ление на енергия, въглеродните влакна са и двойно по-трайни от стоманените.

По-леките и по-здравите въжета означават, че основният ограничаващ фактор в строителството на все по-високи небостъргачи ще стане цената. С достатъчно голям бюджет вече ще бъде възможно да се построи сграда с височина дори една миля (1.6 км).

Но дори и с въжета от въглеродни влакна асансьорите едва ли ще се движат по цялата дължина от фойето на входа до панорамната зала на върха. В момента най-бързият асансьор в света, произведен от Toshiba, е инсталиран в небостъргача Тауе 101 и превозва пътниците от земята до покрива за 30 секунди със скорост 15 метра в секунда. Скоростта на асансьора в Бурж Халифа е 9.8 м в секунда. През 2014 Mitsubishi планира да монтира в китайската Shanghai Tower новите най-бързи асан-

сьори, които ще се движат с 18 метра в секунда. Система за контрол на въздушното налягане ще предпазва пътниците от увреждане на слуха, а друга ще потиска вибрациите.

ДУБАЙ, ВСЕПРИЗНАТИЯТ ЛИДЕР в реализирането на зрелищни строителни проекти, се готви за още по-амбициозно предизвикателство. Динамичната кула (Кулата Да Винчи), която емирството планира да построи на височина 420 м, ще бъде първият небостъргач в света, чиято по-голяма част ще бъде произведена предварително в завод и транспортирана до строителната площадка. Това ще позволи цялото строителство да приключи за едва 22 месеца. Всъщност по-особеното в този проект е, че това ще е и първият небостъргач в света, който променя формата си постоянно. Осемдесетте подвижни етажа

на сградата ще се въртят с максимална скорост от 6 метра в минута и за 90 минути ще могат да се завъртат на 360 градуса. Цялата сграда ще се захранва с енергия от вятърни турбини и соларни панели, а излишъкът от произведеното от тях електричество ще е достатъчен за още пет сгради с подобни размери в околността. Идеята за уникалния проект бе обявена за първи път през 2008, но финансовата криза и сривът на имотния пазар в Дубай я оставиха на заден план. Сега като че ли инвеститорският интерес се възобновява.

ПЪРВАТА НЕВИДИМА КУЛА, която се строи в южнокорейския град Инчон в момента, трябва да покаже на света какво означава южнокорейско новаторство, обясняват проектантите ѝ. Ефектът ще бъде постигнат чрез поставянето на серия от 18 оптични HD камери на три нива ▶

Vanity to the Skies

In just four years, the first kilometer-high building will exist. Are skyscrapers a function of the demographic boom or an alarming sign for the economy?

By EMIL IVANOV / Photography SHUTTERSTOCK

Buildings that peer above the clouds – it sounds like science fiction, but in only four more years they will exist. In 2018, the first skyscraper towering over one kilometer is scheduled to be completed. Kingdom Tower in Saudi Arabia will oust the present champion, Burj Khalifa in Dubai, by a “modest” 829 meters. It is difficult to even imagine how high this actually is. For much of the 20th century, the New York-based Empire State Building was the tallest building in the world (381 m). People would faint from fear once they climbed out on its observation deck. Now imagine three Empire State Buildings, one on top of the other, and you will get a better idea of what Kingdom Tower will look like.

THE FIRST TWO DECADES of the 21st century brought a revolution in the way we look at tall buildings. The skyscrapers that used to take our breath away are no longer even included in the rankings of tall buildings.

There is an easy explanation for this: if there are 3.5 billion people living in cities today, their number will increase to 6.3 billion by 2050. This means that in the coming years cities will have one million new inhabitants every week.

That is why the race toward the sky is not slowing down. Asia and the Middle East are increasingly displacing the USA, which had an almost century-long dominance in the construction of skyscrapers, until about 15 years ago. When all current projects are completed, America's tallest building, the One World Trade Center in New York, will only be the 17th tallest in the world. As well as the only one in the entire Western Hemisphere to be included among the top 40 skyscrapers on the planet. Most of them

will be built in China.

THE EVER BOLDER HEIGHT RACE would never be possible without a breakthrough in building technology. Kone, the Finnish lift producer, announced that after 10 years of development they have created a system that should raise a lift to one kilometer. This achievement is double the height that is possible today, and is due to the replacement of the traditional steel cables with carbon fiber cables, which are both stronger and lighter. According to the company, the steel ropes in a lift built for a 400 metre building weigh some 18,650 kg, whereas the new material, called UltraRope, for the same facility would only weigh 1,170 kg. A lift using the new technology would be 45 percent lighter than one using steel ropes. Apart from needing less energy consumption, carbon fibers are also twice as durable.

The lighter and stronger ropes mean that the only major restricting factor in building ever taller skyscrapers will be the price. With a large budget, the construction of a building as high as one mile (1.6 km) will soon become possible.

But even with carbon fiber ropes, the lifts will hardly move the length of the building from the lobby to the panoramic hall on the top. At present, the fastest lift in the world, produced by Toshiba, is installed in the Taipei 101 building and carries passengers from the ground to the roof in 30 seconds, travelling at 15 meters per second. The speed of the lift at Burj Khalifa is 9.8 m per second. In 2014, Mitsubishi is planning to install the new fastest lifts in the Chinese Shanghai Tower, which will move 18 m per second. A system for air pressure control will



protect the passengers' ears and another one will neutralize the vibrations.

DUBAI, THE UNIVERSALLY RECOGNIZED LEADER of spectacular construction projects, is getting ready for an even more ambitious challenge. The Dynamic Tower (Da Vinci Tower), which will be 420 m, will be the world's first skyscraper that was primarily built in advance in a factory and then transported to the construction site. This will make it possible to complete all of the construction in just 22 months. In fact, what is even more interesting is that it will be the first in the world to always change its shape. The 80 moving floors of the building will rotate with a maximum speed of 6 m per minute and will rotate 360° in 90 minutes. The entire building will be supplied with electricity from wind turbines and solar panels, and the excess production will supply five more buildings of similar size in the vicinity. The idea for the unique project was first made public in 2008, but the financial crisis and the collapse of the Dubai property market left it in the background. Now, investor interest seems to be returning.

THE FIRST INVISIBLE TOWER is under construction in the South Korean city of Incheon. It is designed to show the world what South Korean innovation is, its designers explained. This will be achieved through the installation of a series of 18 optical HD cameras at three different levels of the tower. The six cameras on each level will capture the surrounding views, then the images will be processed digitally and will merge to make one panoramic view. Then lines of LED screens will show views on the glass fa-



cade creating an illusion that the tower merges with the sky.

VERTICAL METRO AND RAILWAY STATIONS raised hundreds of meters in the sky promise to relieve city congestion. The Hyper Speed Vertical Train Hub idea was thought of by the English designers Christopher Christophi and Lucas Mazarrasa. Their project will have the train cabins, which move with magnets, climb up the facade of the building, rotating in a way that would keep the passengers upright, just like a Ferris Wheel.

IN 1885, THE NEW YORK TIMES insisted on legislation that would restrict tall buildings, as they were imposing and then gloomily predicted that “if the streets were lined with 8-story buildings, half of the occupants would be deprived of sunlight, and their children would be etiolated like plants grown in a cellar”.

“All that is needed is a barbarian with sufficient money and lunacy”, the Real Estate Record and Guide said 12 years later when “an audacious real estate owner “suggested to construct a much higher building in New York”.

Today, such objections are not likely to be voiced in the largest cities of the world. As Time wrote, skyscrapers are like Cadillac's for countries and the designers – beautiful in appearance, but also made to impress the neighbors. It turns out, that a significant part of modern-day gigantic buildings actually remain unused and are merely a product of vanity. Burj Khalifa, the world's tallest building, would be ousted by 11 European buildings if the 244 unusable meters of its 829 m height were removed. As a whole,

the United Arab Emirates is the most vain about its buildings – an average of 19 percent of their height is built only to impress.

MOST PEOPLE WOULD BELIEVE achieving another record high building is a reason for pride, there are also those who see it as a reason for worry. In 1999, Andrew Laurence, an analyst at Dresdner Kleinwort investment bank, created the skyscraper index which stipulates that the construction of super-high buildings is often a sign for an economic decline. The best example was seen in the late 1920's when an unprecedented boom in the construction of skyscrapers was followed by the Great Depression. The Empire State Building, completed in 1929, failed to find enough tenants over 40 years. Sears Tower in Chicago was finished just in time for the oil crisis of 1974, and the Petronas Towers in Malaysia emerged after the collapse on the local stock exchange in 1997. Until Canary Wharf was opened in 1991, the London commercial property market was in recession. The latest example is Dubai, which built a forest of offices, hotels and flats in the sky before it became in deep financial trouble and was saved from bankruptcy by its neighbor, Abu Dhabi.

The US economist Mark Thornton believes there is an easy explanation for this trend. The highest buildings in the world are created in times of upsurge when loans are easy, property prices jump and optimism is bigger than realism – three features of bubbles ready to burst. But could this not be by chance? China seems to be most interested in answering this question, as it is building 53 percent of the 124 skyscrapers that are currently under construction in the world. ■

Serve qualcuno sul posto?



DIACRON

International Tax, Finance & Accounting

Consulenza fiscale
Consulenza contabile
Outsourcing amministrativo
Financial review
Audit

SEDI OPERATIVE

LONDRA, Regno Unito

LUGANO, Svizzera

ISTANBUL, Turchia

SOFIA, Bulgaria

DUBAI, Emirati Arabi Uniti

SHANGHAI, Cina

NANCHINO, Cina

DESK

HONG KONG, Cina

DOHA, Qatar

UFFICI RAPPRESENTANZA

MILANO | VERONA

www.diacron.eu
+359 2 955 55 10

Petya Zheleva p.zheleva@diacron.eu
Alberto Vitturi a.vitturi@diacron.eu

► по височината на кулата. Шестте камери на всяко ниво ще приемат сигнали от околните гледки, след което образите ще се обработват дигитално и ще се сливат, за да се получи един панорамен изглед. След това редици от LED екрани срещу всяка камера ще прожектират гледката върху стъклената фасада, създавайки илюзия, че кулата се слива с небето.

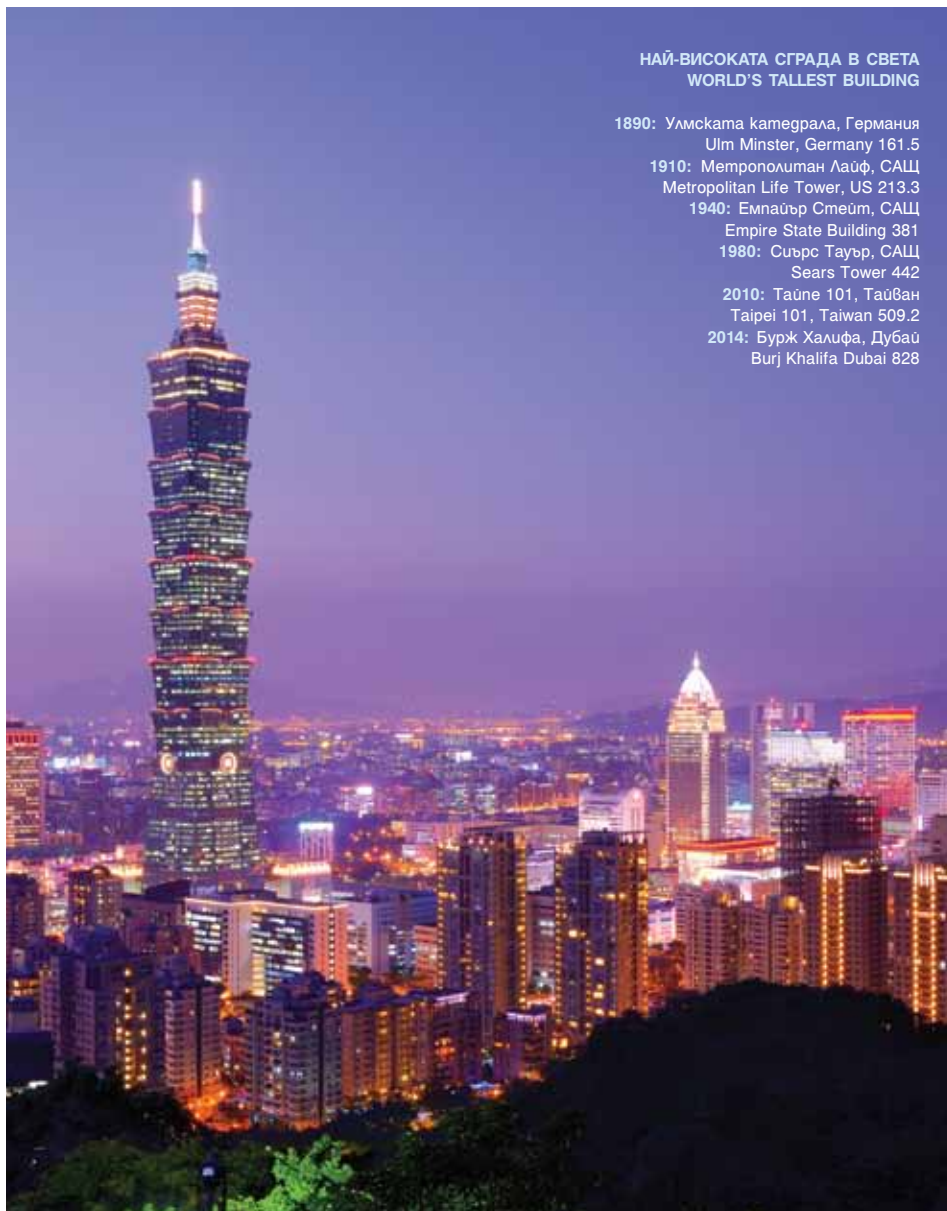
ВЕРТИКАЛНИ МЕТРОСТАНЦИИ и гарии, които се издигат на стотици метри в небето, обещава да облекчат задръстванията в градовете. Идеята за Nurer Speed Vertical Train Hub е на английските проектанти Кристофър Кристофи и Лукас Мазараса. Според техния проект кабинките, които ще се задвижват с магнити, ще се изкачват по фасадата на сградата, завъртайки се така, че пътниците да остават в изправено положение, подобно на принципа на Виенското колело.

Значителна част от съвременните гигантски постройки остава неизползваема

ПРЕЗ 1885 THE NEW YORK TIMES настоява за ограничаващо законодателство по отношение на високото строителство и мрачно прогнозира, че „ако улиците се напълнят с осеметажни сгради, половината от обитателите им ще бъдат лишени от слънчева светлина, а децата им ще залинеят като цветя, израснали в мазе“. „Нужен е само един варварин с достатъчно пари и лудост“, възкликва с негодувание и The Real Estate Record and Guide 12 години по-късно,

когато „безочлив собственик на имоти“ предлага да построи значително по-висока сграда в Ню Йорк.

Днес подобни възражения едва ли ще се чуят в най-големите световни градове. Както написа Time, небостъргачите са като кадилаците за държавите и проектантите - красиви на вид, но и създадени да впечатляват съседите. Оказва се, че всъщност значителна част от съвременните гигантски постройки остава неизползваема и е продукт единствено на суетата. Бурж Халифа, най-високата сграда в света, построена от човешка ръка, би отстъпила по височина на цели 11 европейски небостъргача, ако от нейните 829 м се извадят негодните за използване 244 метра. Като цяло Обединените арабски емирства се оказват държавата, подхождаща с най-голяма суета по отношение на сградите – средно 19% от тяхната височина служи единствено да впечатлява околните.



НАЙ-ВИСОКАТА СГРАДА В СВЕТА WORLD'S TALLEST BUILDING

- 1890: Улмската катедрала, Германия
Ulm Minster, Germany 161.5
- 1910: Метрополитан Лаиф, САЩ
Metropolitan Life Tower, US 213.3
- 1940: Емпайър Стейт, САЩ
Empire State Building 381
- 1980: Сърс Тауър, САЩ
Sears Tower 442
- 2010: Тауне 101, Тайван
Taipei 101, Taiwan 509.2
- 2014: Бурж Халифа, Дубай
Burj Khalifa Dubai 828

И ДОКАТО ЗА ПОВЕЧЕТО ХОРА извисяването на поредната най-висока сграда в света е повод за гордост, има и такива, които виждат в него причина за притеснение. През 1999 анализаторът от инвестиционната банка Dresdner Kleinwort Андрю Лорънс създаде индекса на небостъргачите, според който строителството на супервисоки сгради често е знак за приближаващ икономически срив. Най-добрият пример е краят на 20-те години на миналия век, когато безпрецедентен бум в строителството на небостъргачи е последван от Голямата депресия. Empire State Building, завършена през 1929, не успява да намери достатъчно наематели за помещениата си в продължение на 40 години. Sears Tower в Чикаго е завършена точно навреме за петролната криза през 1974, а кулите Petronas в Малайзия се появяват след срива на местната фондова борса през 1997. До откриването на Canary Wharf през 1991 лондонският пазар на търговски имоти вече е в рецесия. Най-пресният пример е Дубай, който построи гора от офиси, хотели и апартаменти в небето, преди да изпадне в тежки финансови затруднения и да бъде спасяван от съседа си Абу Даби, за да не фалира.

За тази тенденция има лесно обяснение, потвърждава и американският икономист Марк Торнтън - най-високите сгради в света се строят по време на подем, когато кредитите са лесни, цените на имотите скачат до небесата, а оптимизмът побеждава реализма – три характеристики на балони, готови да се спукат. Дали все пак не става въпрос за случайност? Отговорът на този въпрос изглежда най-важен за Китай, който строи 53% от общо 124 небостъргача, разработвани в света в момента. ■

ЧЕТИРИ СТЕНИ И ПОКРИВ? FOUR WALLS AND A ROOF?

Единайсет от най-необичайните съвременни сгради в света
Eleven of the most unusual modern buildings in the world



ЦЕНТРАЛАТА НА ALDAR, АБУ ДАБИ

Огромната лъскава „монета“ на брега на морето в предградията на Абу Даби е построена чрез използване на диагонална мрежа от стомана. Първа по рога си в ОАЕ, технологията елиминира нуждата от вътрешни опорни колони.

ALDAR HEADQUARTERS, ABU DHABI

The huge shiny “coin” in the suburbs of Abu Dhabi coast was built using a diagonal steel grid. The first of its kind in the UAE, the technology eliminates the need for internal columns to support the building.



ABSOLUTE WORLD TOWERS, МИСИСАУГА, КАНАДА

Кулите Absolute се открояват в пейзажа на това малко познато, но бързо разрастващо се предградие на Торонто. Местните ги наричат “Мерилин Монро” заради асоциацията с красивите извивки на женско тяло.

ABSOLUTE WORLD TOWERS, MISSISSAUGA, CANADA

The Absolute Towers stand out on the skyline of this little known, yet fast growing suburb of Toronto. Local people call them Marilyn Monroe because their resemblance to the shape of a beautiful woman's body.



SUITE VOLLARD, КУРИТИБА, БРАЗИЛИЯ

Този 15-етажен жилищен блок е първата въртяща се сграда в света. Кръстена е на колекция офорти на Пикасо. Всеки етаж се продава цял, за да се избегнат кавгите между съседите за това коя гледка е най-хубава. Подовете се въртят в двете посоки с различна скорост.

SUITE VOLLARD, CURITIBA, BRAZIL

Named after a collection of Pablo Picasso's, this 15-story residential block is the first rotating building in the world. The apartments are sold by floor, so that neighbors cannot quarrel about which view is the best. The floors rotate in both directions with different speeds.



ХОТЕЛ RYUGYONG, ПХЕНЯН, СЕВЕРНА КОРЕЯ

Обвит в тайнственост, хотелът е в строеж вече цели 26 години, заради което започват да смятат проекта за изоставен. Парадоксалното е, че градът, в който е построен, е толкова беден, че нощем не може да си позволи улично осветление.

RYUGYONG HOTEL, PYONGYANG, NORTH KOREA

Covered in mystery, the hotel has been under construction for 26 years, which has made people believe the project has been abandoned. Ironically, the city where it is located is so poor it cannot afford to pay for street lighting.



СЛОНЪТ, БАНКОК, ТАЙЛАНД

CNN класира сградата на 4-о място сред 20-те най-забележителни небостъргачи в света, докато други я поставят сред най-грозните на планетата. За местните „Слонът“ е национална икона. Комплексът включва търговски център, офиси и луксозни апартаменти.

ELEPHANT BUILDING, BANGKOK, THAILAND

CNN ranked the building forth out of the 20 most remarkable skyscrapers in the world, while others put it among the ugliest on the planet. For locals, the Elephant Building is a national icon. The complex includes a shopping mall, offices and luxurious apartments.

MARINA BAY SANDS, СИНГАПУР

Този курортен комплекс е най-скъпата сграда в света (\$5.7 млрд.). Трите 55-етажни хотела предлагат 2561 луксозни стаи. Освен 360-градусовата гледка над Сингапур това архитектурно чудо предлага ресторанти, градини и зашемяващ 150-метров инфинити басейн.

MARINA BAY SANDS, SINGAPORE

This resort complex is the world's most expensive building (\$5.7 billion). The three 55-story hotels offer 2,561 luxurious rooms. Apart from the 360° view over Singapore, this architectural miracle provides restaurants, gardens and an amazing 150 metre infinity pool.



РОБОТЪТ, БАНКОК, ТАЙЛАНД

Проектирана за Bank of Asia като символ на компютризацията на банковото дело. Архитектът се вдъхновил от играчка-робот на сина си и направил сградата толкова солидна като протест срещу високотехнологичните постмодерни сгради, зазели света в средата на 80-те.

ROBOT BUILDING, BANGKOK, THAILAND

Designed for the Bank of Asia as a symbol of banking's computerization, the architect's inspiration was from his son's toy robot. The building was the architect's protest against the high-tech postmodern buildings that flooded the world in the mid-1980's.



ЦЕНРАЛАТА НА СТВ, ПЕКИН, КИТАЙ

Заради необикновената си форма 44-етажният небостъргач, приютил китайската държавна телевизия, си спечели прякора „големите боксерки“. Той има шест хоризонтални и вертикални секции - госта сложно изпълнение като за сеизмична зона.

CCTV HEADQUARTERS, BEIJING, CHINA

Due to its unusual shape, the 44-story skyscraper, home to the Chinese state television, is called Big Boxer Shorts. It has six horizontal and vertical sections – quite a complicated task for a seismic area.



KINGDOM CENTRE, РИЯД, САУДИТСКА АРАБИЯ

С този необичаен дизайн сградата в Рияд щеше да бъде забележителна и без факта, че е най-високият небостъргач в страната. Архитектите създали дупката на върха, за да се подчинят на местния закон, който не разрешава обитаеми етажи над определена височина.

KINGDOM CENTRE, RIYADH, SAUDI ARABIA

Boasting such a weird design, the building in Riyadh would be remarkable even if it was not the highest skyscraper in the country. The architects created the hole on the top in order to obey the local law which does not allow inhabitable floors above a certain height.



СГРАДАТА НА ЛЪОУДС В ЛОНДОН, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Домът на застрахователната институция е безспорно странна сграда заради смесцията от архитектурни стилове и чуждите структури, прилепнали към стените ѝ. Всички нейни „вътрешности“, включително водопроводите и асансьорите, са отвън.

LLOYD'S BUILDING, LONDON, GREAT BRITAIN

The home of the insurance institution is undoubtedly a strange building because of the mixture of architectural styles and weird structures stuck to its walls. All of its "guts", including the water pipes and lifts, are placed outside.

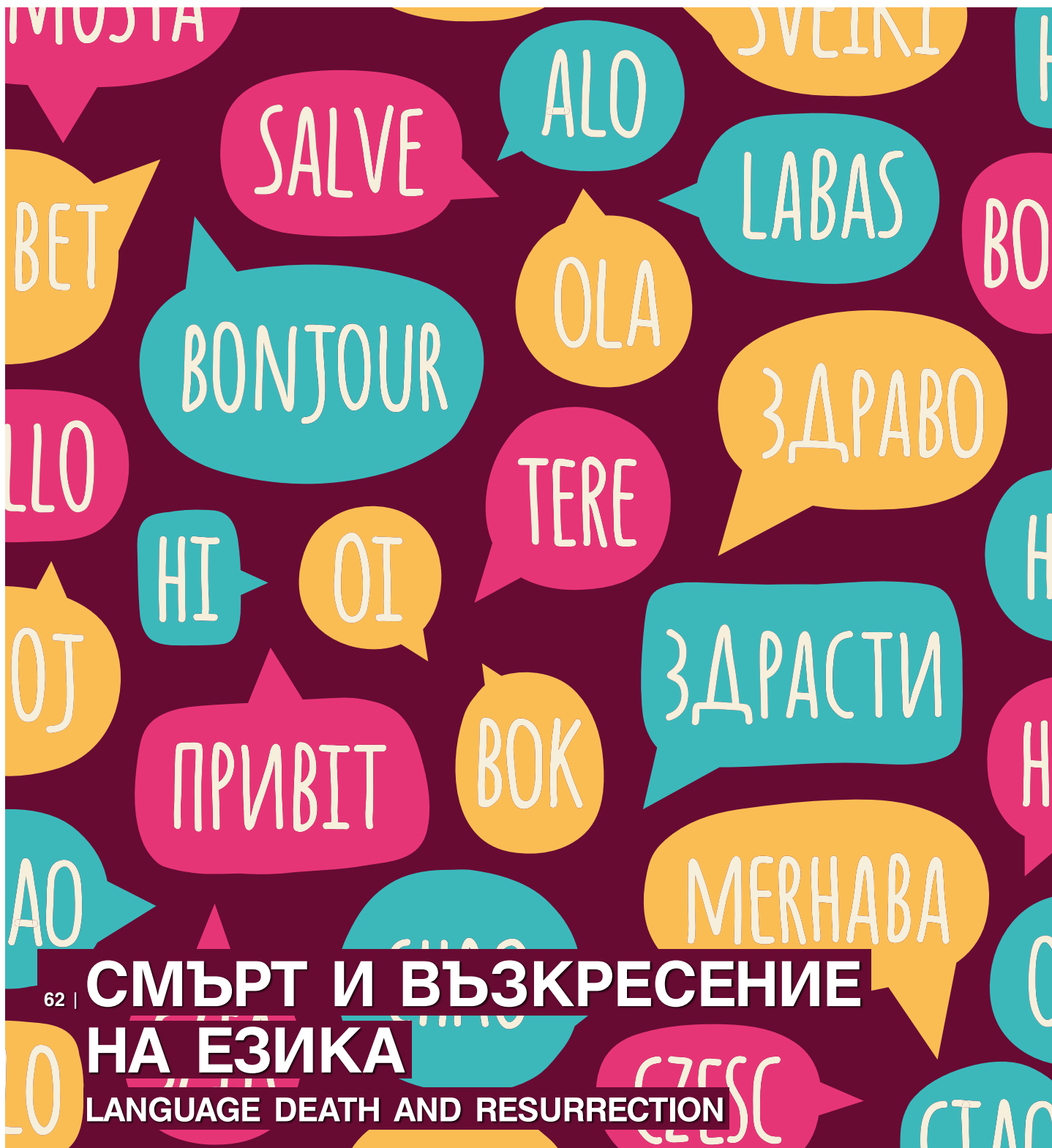


ЦЕНТЪРЪТ VANKE В ШЕНЖЕН, КИТАЙ

Колкото и да е странно, съществува и хоризонтален небостъргач. Един от емблематичните проекти на архитекта Стивън Хол прилича на редица от преобърнати кули, провесени над тропически пейзаж в китайския град Шенжен. Вратите и поговете са от бамбук.

VANKE CENTER, SHENZHEN, CHINA

Strange as it may seem, there is a horizontal skyscraper as well. One of architect Steven Holl's emblematic projects looks like a series of towers turned on their side and suspended over a tropical landscape in the Chinese city of Shenzhen. The doors and the floors are made from bamboo.



62 | **СМЪРТ И ВЪЗКРЕСЕНИЕ**
НА ЕЗИКА
LANGUAGE DEATH AND RESURRECTION

53 | **ЕВРОПЕЙСКИТЕ ИЗБОРИ**
THE EU ELECTIONS



58 | **ЦЕНАТА НА ЛИЧНОСТТА**
THE PRICE OF PERSONALITY





Европейските избори се провеждат от 22 до 25 май в различните членки (в Белгия, Кипър, Гърция и Люксембург гласуването е задължително)
The European elections are held from 22 to 25 May in the different member-states (in Belgium, Cyprus, Greece and Luxembourg voting is compulsory)

Европа отива за гъби

Защо все повече европейци нехаят за най-мащабния и напредничав политически проект в историята?

Текст КАЛИН НИКОЛОВ / Фотография SHUTTERSTOCK

Нарастващата апатия на българите към политиката роди израза "да отидеш за гъби" - тоест да си намериш нещо друго за вършене в изборния ден.

Но това далеч не е български патент. По всичко личи, че в края на май изборите за членове на Европейския парламент ще предизвикат най-масовия случай на гъбарство в историята.

През 1979, когато вотът за европарламент се проведе за пръв път (в един ЕС с едва девет членки), гласуваха над 62% от избирателите. През 2009, вече в съюз на 27 държави, гласуваха едва 43%. Най-вероятно низходящата тенденция ще продължи и сега. Нещо повече: ако през 2007, преди кризата, 52% от европейците се отнасяха със симпатия към съюза, сега делът им е едва 30%.

Но какви са причините толкова малко да ни е грижа за най-мащабния, напредничав и демократичен политически проект в човешката история?

ПЪРВАТА, РАЗБИРА СЕ, е, че той не е чак толкова "демократичен". Досега имаше само далечна, косвена връзка между вашия вот в евроизборите и крайния състав на Еврокомисията (съюзния аналог на правителството). Сега нещата се променят - отчасти. В играта влизат така наречените "водеещи кандидати", или Spitzenkandidaten, както ги нарекоха германците. Идеята е, че всяка от големите групи партии в Европа предварително посочва фигурата, която ще излъчи за президент на Европейската комисия, ако спечели. Левицата (ПЕС) се спря на Мартин Шулиц; десницата, тоест Европейската народна партия, избра бившия премиер на Люксембург Жан-Клод Юнкер. Либералите гласуваха доверие на Ги Верхофстад, доскорошния премиер на Белгия.

Но това е в най-добрия случай плахо приближаване към откритата демокрация. Самите номинации бяха продукт не на вътрешни избори и обществени дискусии, а на задкулисни преговори в отделните партии. Освен това прекият вот засяга само президента на ЕК - останалите 27 комисари ще се назначават по досегашния начин.

Другият съществен проблем са самите кандидати. В излъчвания и в България датски сериал "Правителството" (Borgen) единият герой уреди да пратят съперника му на работа в Европейската комисия и злорадо се изкиска: "В Брюксел никои не чува писъците ти". Европейските институции трайно се утвърдиха като пристан за неудобни или провалили се политици, или просто като топли местенца за роднини и приятели.

ОСВЕН ТОВА ЕС Е УДОБНИЯТ ВИНОВНИК винаги, когато националните правителства трябва да оневинят себе си. В

съзнанието на повечето си поданици Европейският съюз е виновен за финансовата криза - макар тъкмо оръжаните му правомощия и свободата на националните власти да вършат каквото си искат с числата да доведе до тресавища като гръцкото.

Европейският съюз е виновен за имиграцията и нахлуването на хора с различна култура, различен език и различен цвят на кожата - макар че главният двигател за имиграцията са именно националните икономики с непрекъсващата им жажда за малко по-евтина работна ръка.

Както се убедихме в България през последните 10 години, Европейският съюз е и гежурното оправдание, когато трябва да се вземат непопулярни мерки - да се увеличи данъците или да се наложат по-строги стандарти за качество и безопасност. Трябва само да кажеш "Европа го иска" и да извиеш страдалчески очи към тавана.

ЕВРОСКЕПТИЦИЗМЪТ НАБЪБВА навсякъде. Според някои песимистични прогнози сегашните избори може да увеличат дела на антиевропейските, популистките и откровено екстремистките формации от сегашните 12% до една трета от местата в европарламента. Тези партии се простират от добре познатия Национален фронт на Лю Пен във Франция и ксенофобската Партия на Свободата на Хеерт Вилдерс в

Холандия, до все още непознати на голямата сцена формации като унгарската Jobbik (един от нейните депутати поиска миналата година да се състави списък на всички евреи в парламента и правителството, понеже били "определен риск за националната сигурност").

Антиевропейските формации са в целия спектър - от левицата до крайната десница. Но основното, което им носи подкрепа, са вижданията им за имиграцията. "По-малко Европа, повече Холандия", повтаря Вилдерс, забравяйки, че голямата вълна имигранти в родината му дойде от бившите и колонии цели десетилетия преди толкова презираното от него разширяване на ЕС.

ИМА И ДРУГИ ОБЯСНЕНИЯ за евроскептицизма, извън бюрократичните недостатъци и мудността на Брюксел. Някога "европейската идея" бе родена от още пресния спомен за ужасите на войната. Докато днес тежи думата на поколение, за което войната е нещо мъгляво и безкрайно далечно. Някога целта на ЕС беше сближаване на всяка цена със съседите, с другите, за да не се повторят ужасите. Сега това сближаване е факт от ежедневието - а фактите от ежедневието трудно могат да вържновяват.

Същото се отнася до несъмнените успехи на ЕС: като се почне от безпре-

цедентния търговски съюз и се свърши с полезните гребели, като контролираните цени на роуминга, безопасността на детските играчки и унифицираните зарядни за телефоните (една българска инициатива). Те са факти, с които сме свикнали, а не цели, които да ни мотивират.

В БЪЛГАРИЯ ЕВРОСКЕПТИЦИЗМЪТ също се засилва, макар и да не знаем точно в какви мащаби (циганска врачка е по-достойна за доверие от мнозинството български социолози). Ясно е само, че причините са съвсем различни. Имиграцията не е гразнител за страна, която е загубила два милиона от жителите си в последните 20 години в полза на други държави. За българите ЕС е главно разочарование: Европа не донесе благоденствието, което всички чакаха. Странното е, че по някакъв начин чакаха да им бъде поднесено наготово (както казва един познат, само у нас изразът е "дават ми заплата", а не "заработвам си заплата"). Истината е, че обединена Европа ни даде правилата и основата, върху които да построим собственото си благоденствие. По същия начин, по който ФИФА дава правилата във футбола и се грижи стадионите да отговарят на стандартите. Но ФИФА няма ангажимента българските отбори да играят по-добре. Това зависи единствено от тях самите. ■

НАЙ-ИЗЧИСТЕНИЯТ ЧАСОВНИК

Смес от елегантност, прецизност и естетическа чистота, L.U.C. 1963 е естествен потомък на забележителните исторически хронометри. Той връща часовника към основното му призвание: а именно да показва времето по най-ясния, точен и привлекателен начин.

Механизмът с ръчно навиване, носещ знака за качество на Poinçon de Genève, е определящ за формата на модела. Циферблатът заема почти целия диаметър на голямата по размер каса от розово злато.

През 2014 се навършват 50 години, откакто фамилията Шойфеле е начело на Chopard. Юбилеят се отбелязва подобаващо чрез този часовник със силно присъствие и класическа естетика, подчертана от най-добрата съвременна часовникарска технология.

THE QUINTESSENTIAL CHRONOMETER

With its blend of elegance, precision and aesthetic purity, the L.U.C 1963 is a natural descendant of the great historical chronometers. It brings the watch back to the fundamentals of its vocation: namely to provide the clearest, most accurate and most appealing display of time.

Featuring a shape dictated by a hand-wound movement bearing the Poinçon de Genève quality hallmark, its dial occupies almost the entire diameter of its generously sized rose gold case.

2014 marks 50 years of the Scheufele family at the helm of Chopard. This 50th anniversary is being celebrated in due style by a watch with a powerful presence distinguished by a classic aesthetic appearance underwritten by the finest modern technical expertise.

Продуктите на Chopard може да намерите в Бутик Chopard София, пл. Народно събрание 12 и Варна, бул. Княз Борис I 63

You can find Chopard's products in Boutique Chopard: Sofia, 12, Narodno Sabranie Square and Varna, 63, Knyaz Boris I Blvd.

L.U.C 1963



Ref.№ 161963-5001

Europe Can't Be Bothered

Why do increasingly more Europeans ignore the largest and most progressive political project in history?

By KALIN NIKOLOV / Photography SHUTTERSTOCK

Ever less concerned about politics, more and more Bulgarians find something better to do than going to the polls on election day.

But this is by no means a Bulgarian speciality. In all likelihood the European Parliament elections at the end of May will see the lowest ever voter turnout.

In 1979, when the vote for the European Parliament was held for the first time (in a EU with just nine members), more than 62 percent of the electors cast their vote. In 2009, already with 27 member-states, only 43 percent went to the polls. Most likely, the downward trend will continue. Furthermore: if in 2007, before the crisis, 52 percent of the Europeans approved of the EU, their share is now merely 30 percent.

But what are the reasons why we care so little about the largest, most progressive and democratic political project in human history?

THE FIRST, OF COURSE, is that it is not all that "democratic". So far there has been only a distant, indirect connection between your vote in the Euro elections and the final composition of the European Commission (the Union's equivalent of a government). Now things are changing – in part. The game is joined by the so-called "top candidates" or Spitzenkandidaten, as the Germans called them. The idea is that each of the large groups of parties in Europe is in advance naming the person who will be nominated as President of the European Commission if it wins. The left (the Progressive Alliance of Socialists and Democrats, S&D) chose Martin Schulz; the right, i.e. the European Peoples Party, elected former Luxembourg prime minister Jean-Claude Juncker. The liberals opted for Guy Verhofstadt, former prime minister of Belgium.

But this is at best a timid approach to direct democracy. The nominations themselves were not a result of national elections and public de-



Мартин Шулу / Martin Schulz



Ги Верхофстаг / Guy Verhofstadt



Жан-Клод Юнкер / Jean-Claude Juncker

bate, but of backroom negotiations in the different parties. Besides this, the direct vote concerns only the President of the EC – the other 27 commissioners will be appointed as before.

The other main problem are the candidates themselves. In the Danish series "Borgen", also screened in Bulgaria, one of the main characters arranges to have his rival sent to work in the European Commission, chortling gleefully: "In Brussels no one can hear you scream". The European institutions have firmly established themselves as a safe haven for inconvenient and failed politicians, or simply as a cushy job for relatives and friends.

BESIDES THIS, THE EU IS A CONVENIENT SCAPEGOAT for the national governments. In the mind of most of its citizens the European Union is to blame for the financial crisis – although its limited powers and the freedom of the national governments to do what they want with figures led to quagmires like the Greek one.

The European Union is to blame for immigration and the influx of people with a different culture, different language and different skin colour – although the main driver of immigration are namely the national economies with their unquenchable thirst for cheaper labour.

As we have seen in Bulgaria in the past 10 years, the European Union is also the usual excuse when unpopular measures have to be taken – to increase taxes or to impose stricter quality and safety standards. You only have to say "Europe wants it" and look up in exasperation.

EUROSCEPTICISM IS BURGEONING everywhere. According to some gloomy forecasts, the present elections may increase the share of anti-European, populist and openly extremist formations from the current 12 percent to one third of the seats in the European Parliament. These parties extend from the well-known

МЕДИЦИНСКИ
СИСТЕМИ И ТЕХНОЛОГИИ
В ОБРАЗНАТА ДИАГНОСТИКА
доставка, монтаж и сервиз

MEDICAL
IMAGING SYSTEMS
& TECHNOLOGIES
supply, installation and service

www.diagonal-bg.com



National Front of Le Pen in France and the xenophobic party of Geert Wilders in the Netherlands, to still unknown formations on the big stage like the Hungarian Jobbik (one of its members last year demanded a list of all Jews in the parliament and government because they pose a "definite risk to national security").

Anti-European formations are found across the whole spectrum – from the left to the extreme right. But the main thing that wins them support are their views on immigration. "Less Europe, more Holland," says Wilders, forgetting that the big wave of immigrants in his country came from its former colonies decades before the enlargement of the EU so despised by him.

THERE ARE ALSO OTHER EXPLANATIONS for Euroscepticism outside Brussels' bureaucratic shortcomings and sluggishness. Once the "European idea" was born from the still fresh memory of the horrors of war. Whereas today the generation has a say for which war is something vague and infinitely distant. Once the goal of the EU was cohesion at any price with its neighbours, with others, to prevent a repetition of the horrors. Now this cohesion is a fact of life – and facts of life offer little inspiration.

The same is true of the undoubted success-

es of the EU: starting with the unprecedented free trade area and ending with useful trifles, such as regulated roaming rates, the safety of toys, and common phone chargers (a Bulgarian initiative). These are facts we are used to and not goals that motivate us.

IN BULGARIA EUROSCEPTICISM is growing as well, although we do not know the exact scale (a gypsy fortune-teller is more trustworthy than the majority of Bulgarian sociologists). The only thing that is clear is that the reasons are quite different. Immigration is not an irritant for a country that has lost two million of its inhabitants in the past 20 years in favour of other states. For the Bulgarians the EU is primarily a disappointment: Europe did not bring the prosperity everyone was hoping for. Oddly enough, they somehow waited to have it served on a silver platter (to quote an acquaintance, only the Bulgarians say "I'm given a salary" rather than "I'm earning a salary"). The truth is that united Europe gave us the rules and the basis on which to build our own prosperity. In the same way that FIFA sets the rules in football and sees to it that the stadiums are up to standard. But FIFA is not responsible for the Bulgarian teams playing better. That depends entirely on them. ■

ХУМАННА медицина HUMAN medicine

HITACHI
Inspire the Next

OVAL
Echelon
1.5T Ultra Wide Bore MRI

The New Shape of MR Debut!!

Open or Closed?

No need to choose anymore - with "OVAL"



ДЕНТАЛНА медицина DENTAL medicine



ORTHOPANTOMOGRAPH® OP300 Maxio

ВЕТЕРИНАРНА медицина VET medicine



Колко струва един човек от населението?

Фалшификациите в партийните подписки загатват за по-голям проблем с личните данни, който от години пренебрегваме

Текст ИВАНИНА МАНЧЕВА

Подписките за участие в евроизборите разкриха проблем, за който винаги сме подозирали, но чиито мащаби се оказаха изненадващи. Заг множество сигнали за хора, озовали се в списъци на различните партии, е възможно да се крие схема за търговия с лични данни. Фалшиви подписки има за различни партии, потърпевши са дори действащ министър, депутати и омбудсманът. В подписка на партията "Глас народен" например фигурират имената на десетки музиканти от Софийската филхармония, "Софийски солисти" и щатния оркестър на Музикалната академия.

ПОЛИТИЦИТЕ НЕ ДАВАТ ЗНАК, че знаят как да се оправят с проблема, който няма да лиши и тези избори от сянката на съмнение.

Правила има и трябва да се спазват, казва Мая Манолова. Новият шеф на Комисията за защита на личните данни Венцислав Караджов коментира, че трябва да се повиши защитата на сайта на ЦИК, където се извършва проверката.

Възможни са няколко обяснения за случилото се.

Първият вариант е някой нарочно да е добавял хора, за да дискретизира партии като "Глас народен" или Съюза на комунистите. Това предположиха самите партии.

Втората хипотеза, която изглежда най-убедителна, без да изключва другите две, е, че "Информационно обслужване" не са си свършили работата и са предали продукт с пропуски в защитата и с неизчистени местови записи, което си е чиста немарливост.

Друг вариант е да са копирани данните от подписките за референдум (за АЕЦ "Белене" и за изборното законодателство) и да са фалшифицирани подписките. ЦИК отхвърля това.

СЛЕДВАЩАТА ХИПОТЕЗА Е НАЙ-СТРЯСКАЩА и предполага търговия с лични данни. Случаят с музикантите ни набежда точно го това. Едва ли този, който е искал да навреди на "Глас народен", би подбирал точно музиканти, още по-малко от "Информационно обслужване" биха си

направили труда. По-скоро информацията е изтекла от човек, който има достъп до тези ЕГН (примерно ТРЗ, туристическа агенция, която е уреждала командировки, и прочее).

Ако обичате конспирациите, можете да запозрете схема за дискредитиране на подписките изобщо.

Затова е трудно да оневим комисията за личните данни. След такъв случай по-адекватният въпрос е дали тя изобщо някога е свършила работата си. Служителите ѝ се занимават с регистрация на т. нар. администратори и имат сериозен принос за повишаване на административната тежест над бизнеса. Сега научаваме, че това е напразно. Законът е направен така, че да респектира добросъвестните граждани, а не да спира измами. Така че Комисията за защита на личните данни дължи подробен отговор на въпроса какво прави, за да защити данните на хората, които се подписват за референдум или за други каузи. Има ли гаранция, че не се копират данните от папките? Какво става с избирателните списъци, които са на публично разположение? И това е само началото.



МОЖЕМ ЛИ САМИ ДА СЕ ПРОДАДЕМ?

Изразът "да си продадеш душата" вече е буквален. Холандският студент Шон Буклес предложи на аукцион своето виртуално алтер его – съдържанието на писмата си, чатовите, активността си в социалните мрежи, както и други лични данни. Той е готов дори да предложи медицинска информация и паролите си. Идеята е отговор на зачестилите случаи на търговия с лични данни. Буклес не е първият с такива идеи. През миналата година Федерик Зане, възмутен от факта, че рекламоделите се ползват от данни, които се събират за него чрез Google и Facebook, предложи достъп до дигиталната си информация за 2 долара на ден.

Всички ИТ гиганти следят интернет потребителите, и то не само онлайн. Google например събира данни за магазините, които посещаваме чрез Android. Все пак компаниите твърдят, че потребителите имат контрол над данните – например, чрез настройките във Facebook.

Колко струват данните в интернет? По изчисления на JPMorgan Chase данните на един потребител на Facebook струват 4 долара, а на един потребител на Google – 24 долара.

ПРОБЛЕМЪТ Е, ЧЕ ДОСТЪПЪТ до лична информация може да даде госта по-години възможности за измамниците от обикновено опорочаване на подписки. Esopotix.bg например настоява от месеци да се ограничи възможността за теглене на бързи кредити онлайн само с попълване на ЕГН и местоработата. Въпреки вдигнатата пушилка около заемите, точно това не бе направено. Наскоро се оказа, че има и фалшиви трудови договори. Достъпът до лични данни позволява също така да се изписват разходи в редица случаи, когато държавата плаща на глава от населението – от здравеопазването до мероприятия по линия на еврофондовете.

Колкото повече растат плащанията, направени от трета страна (осигурител, застраховател или рекламодел), толкова повече ще растат стимулите за търговия с лични данни. Търговията с мъртви души и с профили на съществуващи хора вече достига чудовищни размери в интернет икономиката. Това ни чака и в реалния живот, ако не се вземат мерки. ■

How Much Does a Person From the Population Cost?

The fraud regarding the petitions for the Euro party elections hint at a bigger problem with personal data that we have been ignoring for years

By IVANINA MANCHEVA

The petitions for the participation in the Euro election revealed a problem we had suspected, but the scale is quite surprising. There may be a scheme of trading personal data behind those people's names that were put on different parties' petitions. There are fake signatures for the different parties; the victims include the present minister, members of Parliament and the ombudsman. For example, in the People's Voice party there are dozens of names of musicians from the Sofia Philharmonic Orchestra, Sofia Soloists and the Music Academy's permanent orchestra.

POLITICIANS DO NOT ACT as if they know how to deal with this problem that could cause doubt about the election.

There are rules and they must be observed, Maya Manolova said. Vencislav Karadzhev, the Head of the Commission for Personal Data Protection, commented that the Central Election Commission's site security must be increased.

Several explanations are possible as to why these names appeared on the lists.

The first possibility is that somebody deliberately added people's names in order to discredit parties such as the People's Voice or the Communist Union. According to the parties, this possibility was suspected to be the reason.

The second hypothesis, which seems to be the most convincing, is that the information services team did a poor job and handed in a product with lapses in protection, as well as old test records, which is considered to be negligent.

Another option is that they copied the data from the referendum lists (from Belene NPP and the election legislation) and there were fake signatures. The Central Election Commission denies that this happened.

THE NEXT HYPOTHESIS IS THE MOST SHOCKING and suspects the trading of personal data. The situation with the musicians' names leads us to believe this possibility. It is unlikely that the person who wanted to harm People's Voice party would choose musicians, or that the information services would go to such trouble. It is more likely that the in-

formation came from someone with access to these names (for example, a labor and salaries service, a travel agency that has arranged business trips, etc.).

If you are fond of a good conspiracy theory, you can suspect an elaborate scheme to discredit the petitions.

That is why it is hard not to think the Personal Data Commission is innocent. After this situation, it may be appropriate to ask the Personal Data Commission has ever done its job well. Its employees handle the administrators' registration and contribute to the increases of administrative burden on businesses. And now we learn that this is all in vain. The law is meant to inspire respect in conscientious citizens, and to prevent fraud. Therefore, the Commission for Personal Data Protection should provide a detailed description regarding what measures it takes to protect the data of people who petitions. Is there some sort of a guarantee that data is

not just copied from files? What happens to election lists which are publically available? This is only the beginning.

THE PROBLEM IS THAT THE ACCESS to private information provides considerably more opportunities for fraud. Economix.bg, for example, has been insisting on limiting the opportunity to take out quick loans online by filling in only your personal identification number and work place. Despite all the fuss around loans, it wasn't done.

Recently, it became evident that there are fake labor agreements. The access to personal data enables fake costs to be paid in situations when the state pays per capita – from health-care to events connected to Euro funds.

The more third party payments are conducted (social security agents, insurers or advertisers), the desire to trade personal data increases. The trading of false profiles of existing people has now reached horrific numbers in the Internet economy. This is a great possibility if measures are not taken. ■

CAN WE SELL OURSELVES?

The expression "selling your soul" may now be literal. Shawn Buckles, a Dutch student, put his virtual alter ego up for sale in an auction. This included his email content, chat logs, activity in social networks, as well as other personal data. He is also willing to provide his medical information and passwords. His idea is in reaction to the frequent cases of personal data trading.

Buckles is not the first person to have such ideas. Last year, Federico Zannier, indignant by the fact that advertisers benefit from data that is gathered by him via Google and Facebook, offered access to his digital information for \$2 a day.

All IT giants watch their Internet users, and not only online. Google, for instance, gathers data on the shops we visit via the use of Android OS. However, companies often claim that users have control over their data, for example, via Facebook security settings.

How much does data on the Internet cost? According to JPMorgan Chase, the data of a Facebook user is \$4 dollars, and of a Google user it is worth \$24.





СМЪРТ И ВЪЗКРЕСЕНИЕ НА ЕЗИКА

Глобализацията все повече ни тласка да говорим лош английски и да забравяме малките езици. Трагедия – или просто прогрес?

Текст БОЙКО ВАСИЛЕВ / Фотография АРХИВ

Боби Хог почина преди две години. Беше на 92.

Животът на пенсионирания инженер бил, казват, спокоен и пълен. Родил се и живял в заспалото рибарско градче Кромарти в Шотландия, което се намира на полуостров с име на остров, Блек Айл. Само дето накрая оставал все по-самотен: съпругата Хелън и по-малкият брат Гордън го изпреварили към мястото, откъдето никои не се връща.

Боби Хог едва ли е очаквал, че смъртта му на 2 октомври 2012 ще се превърне в световна новина за BBC и CNN. Но тъкмо така стана. Оказа се, че Боби е последният човек, владеещ по рождение местния диалект на Кромарти – английски с келтски примеси. Това е единственият език в германската група, който няма „wh” – и вместо „what” произнася „at”. Науката го нарича със сложното име „северен северношотландски”, North Northern Scots. Слег

смъртта на Хог от най-северния северен останаха само няколко записа.

С ВСЕКИ ИЗЧЕЗНАЛ ЕЗИК ИЗЧЕЗВА един свят. А днешното време не щади малките езици и диалектите. Прег CNN лингвистът Робърт Милар (Robert Millar) от университета в Абърдийн твърди, че днес в света има 6000 – 7000 езици и на всеки две седмици изчезва по един. Списъкът на изчезващите е внушителен. Преди няколко

месеца в небитието е отишъл индианският език клалам в Северозапада на САЩ, а миналата година – ливонският в Латвия. Същевременно 96% от световното население говори на едва 4% от езиците. Май изводът е, че се разбираме все по-добре – но на все по-беден и примитивен английски.

Защото какво означава да говориш „английски“ днес? За мнозинството от англоговорещите английският не е роден. Затова го говорят като „пиджин“ – с по-малко глаголни времена, по-скромнен речник и ужасно произношение.

Но всъщност истински ужас предизвиква произношението тъкмо на онези, за които английският е майчин. Попитайте преводачите в Брюксел. Вижте киселите им физиономии, когато към трибуната се отправя англичанин, уелсец или ирландец. От „пиджин“ се превежда лесно, особено когато е смесен с брюкселски бюрократичен новговор. Но я опитайте да се справите с човек, който говори перфектен английски с йоркски или манчестърски акцент. Бихте предпочели холандец-отличник, нали?

ПОВСЕМЕСТНАТА УПОТРЕБА НА ЛОШ английски, мандарин, испански, руски и френски убива малките езици, които са многобройни, но се говорят от по стотина души. В същото положение изпадат и диалектите спрямо националния литературен език. Вече никога няма да чуем голямата носовка, употребявана преди век от българите в солунските села Сухо, Висока и Зарово. А чудният родопски диалект с двете членувания ще остане екзотична забава за учени и местни ентузиаста.

Да си призная, на мен ми е мъчно за диалектите. Слушал съм какви невероятни изрази знаеше баба ми от Радомирско; никою не ги знае днес. И съм чел как покойният писател Йордан Вълчев познавал по външ-

Но глобализацията
импулс има и
обратна тяга.
Той засилва
местните
национализми,
и следователно
пази родния
говор

ния вид и по две-три гуми кой от кой край на България е, дори от кое село. Как би познал сега, когато всички говорят развален софийски?

Разбира се, всички ще обвинят глобализацията и триумфалния марш на американския английски. Но глобализацията импулс има и обратна тяга; той засилва местните национализми и следователно пази родния говор. В последните тридесетина години няколко полумъртви келтски езика бяха буквално възкресени – и то тъкмо под носа на английския. Уелските създадоха училище и телевизия на уелски; в Корнуол се възроди интереса към „корниш“; дори малкият език на остров Ман в Ирландско море получи втори шанс.

КЕЛТИТЕ ИМАХА ДОСТОЙНИ ОБРАЗЦИ за следване. Още в края на XIX век ирландските патриоти вдъхнаха нов живот на ирландския келтски, the Irish Gaelic; Патрик Пиърс, разстрелян след Великденското въстание през 1916, беше негов пионер и ревнител. Подобни процеси се развиха и в Шотландия, а френската област Бретан роди гениалния келтски барг Алан Стивел.

Да не говорим, че разпадането на Съветския съюз и Югославия върна много поценявани езици към корените им. Доскоро negliжираният украински разцъфтя и се превърна в държавен език; по-малък беше късметът на беларуския, но и той се върна на сцената. В Босна беше институционализиран босненски („босански“). В Загреб издадоха „Речник на разликите между сръбския и хърватския“. Появи се дори черногорски език, а за Македония... Всички знаят.

МОЖЕМ ДА СЕ ЗАПИТАМЕ КОЕ Е по-поносимо: световното господство на обедения английски – или езиковият романтизъм на националистите, който ни връща в XVIII век. Смъртта на живия език – или възкресяването на мъртвия. Така или иначе, не можем да спрем историята. Ще живеем и с двете явления, защото те са клони от едно и също дърво. Днес богатите и фанатичните могат да възкресят всичко, дори умрелите си езици.

А когато прочетем, че са се поминали Мария Сергина, Томас Дарко или Виктория Уанчо Икауате, ще знаем, че са си отишли уралският акала-сами, сиукският офо и езикът муничи от перуанската джунгла. Загинали са няколко свята, в които и най-дребното нещо е имало своето собствено име. Загинали са; заминали са в откъсването, най-вероятно завинаги.

И за тях възкресение няма да има. ■



Language Death and Resurrection

Due to globalization we are increasingly forced to speak bad English and forget the less popular languages. Tragedy, or simply progress?

By BOYKO VASILEV / Photography ARCHIVES

Bobby Hogg died two years ago. He was 92 years old.

They say the retired engineer had a quiet and full life. He was born and lived in the sleepy fishing village of Cromarty in Scotland, which lies on the tip of the Black Isle peninsula. It was only at the end of his life that he grew more and more lonely, as his wife Helen and his younger brother Gordon left before him for the place of no return.

Bobby Hogg could hardly have anticipated that his death on October 2, 2012 would become global news for BBC and CNN. But that is exactly what happened. As it turned out, Bobby was the last person fluent in the local dialect of Cromarty – an amalgamation of English and Gaelic. This is the only language in the Germanic group that lacks a “wh” and “what” becomes “at”. Science has given it the complex name, North Northern Scots. After Hogg’s death only a few recordings remain from the northernmost North.

WITH EVERY DISAPPEARING LANGUAGE, a world disappears. And no small language and dialect are spared. Linguist Robert Millar from Aberdeen University told CNN that there are some 6,000 to 7,000 languages in the world today and it is estimated that they are disappearing at a rate of one every two weeks. The list of disappearing languages is impressive. A few months ago the Indian language Klallam in the US northwest vanished into nothingness, and last year Livonian in Latvia. At the same time, 96 percent of the world’s population speak just 4 percent of the world’s languages. The conclusion seems to be that we understand each other better than ever before, but in an even poorer and more primitive English.

What does it mean to speak “English” today? For the majority of English speakers, English is not their native tongue. That is why they speak it like pidgin English – with fewer verb tenses, a modest vocabulary and dreadful pronunciation.

But actually, the real horror comes from the pronunciation of those for whom English is the mother tongue. Ask the interpreters in Brussels. Just look at their surly faces when an English-

man, Welshman or Irishman head for the podium. It is easy to translate from pidgin, especially when it is mixed up with the Brussels bureaucratic newspeak. But just try dealing with a person who speaks perfect English with a York or Manchester accent. You would prefer a Dutch prize pupil any time, wouldn’t you?

THE WIDESPREAD USE OF BAD English, Mandarin, Spanish, Russian and French kills the small languages, which are plentiful but are each spoken only by some hundred people. Dialects find themselves in the same position when pinned against the national literary language. We will never hear again the nasally back vowel used a century ago by Bulgarians in the Salonika villages of Suho, Visoka and Zarovo. And the wonderful Rhodope mountain dialect with the reduplicated article will remain an exotic diversion for scientists and local enthusiasts.

To tell the truth, I feel sorry for the dialects. I still remember the incredible expressions my grandmother from the Radomir area used; nobody knows them today. And I have read how the late writer, Yordan Valchev could tell from a person’s appearance and from a couple of words what part of Bulgaria he was from and even from what village. How could he possibly be able to tell now that everybody is speaking a broken Sofia dialect?

Of course, everybody will blame globalization and the triumphant advance of American English. But the globalization momentum can also backfire; it strengthens local nationalisms and thus protects native speech. In the last 30

years or so, several half-dead Celtic languages were literally revived. And that right under the nose of English. The Welsh created a Welsh school and television; in Cornwall interest was revived in Cornish; even the small language on the Isle of Man in the Irish Sea was given a second chance.

THE CELTS HAD WORTHY EXAMPLES to follow. At the end of the 19th century, the Irish patriots breathed new life into the Irish Gaelic with Patrick Pearse, executed after the Easter Rising in 1916, who was its pioneer and zealous champion. Similar processes also developed in Scotland, and the French region of Bretagne produced the brilliant Celtic bard Alan Stivell.

Not to mention that the disintegration of the former Soviet Union and Yugoslavia returned many underrated languages to their roots. The until recently, the neglected Ukrainian language blossomed to become the official language; Belarusian was less lucky, but it too returned to the scene. In Bosnia, Bosnian was institutionalized. In Zagreb a “Dictionary of Differences between Serbian and Croatian” was published. A Montenegrin language even appeared, and we all know about Macedonia.

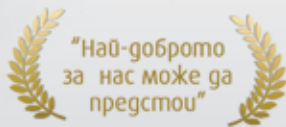
WE MAY WELL ASK WHAT IS more acceptable: the world dominance of impoverished English or the romanticized language of the nationalists. Let us go back to the 18th century. Death of the living language or resurrection of the dead one. One way or another, we cannot stop history. We will live with both phenomena because they are branches of the same tree. Today the rich and fanatics can resurrect anything, even their dead languages.

When we hear that Marja Sergina, Thomas Darko or Victoria Huancho Icahuate have died, we will know that the Uralic Akkala Sami, the Siouan Ofo and the Munich languages in the Peruvian jungle have permanently vanished. Several worlds have perished in which even the tiniest thing had its own name. They have died; they have passed into the beyond, likely for ever.

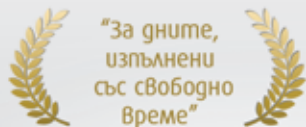
And for them there will be no resurrection. ■

What does it mean to speak “English” today? For the majority of English speakers, English is not their native tongue

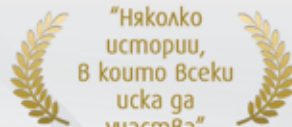
представя



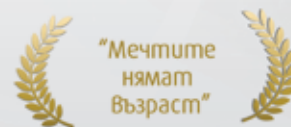
"Най-доброто
за нас може да
престои"



"За дните,
изпълнени
с със свободно
време"



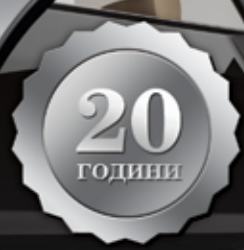
"Няколко
истории,
в които Всеки
иска да
участва"



"Мечтите
нямат
възраст"



АГЕНТ 0777



За вашите златни години.

ИЗБЕРИ ПОАД „ЦКБ-СИЛА“: ПЪРВОТО РЕГИСТРИРАНО В БЪЛГАРИЯ ПЕНСИОННООСИГУРИТЕЛНО ДРУЖЕСТВО
ПРЕЗ ФЕВРУАРИ 1994 Г. ЛИЦЕНЗИРАНО ОТ КФН. КЪМ 31.12.2013 Г. – С НАД 396 ХИЛЯДИ КЛИЕНТИ И 660 МИЛИОНА ЛЕВА
УПРАВЛЯВАНИ НЕТНИ АКТИВИ (ДАННИ НА КФН WWW.FSC.BG).
ИЗПЛАЩА ПЕНСИИ ОТ ДОБРОВОЛЕН ПЕНСИОНЕН ФОНД ОТ МАРТ 1996 Г.

*ПОСОЧЕНИТЕ РЕЗУЛТАТИ НИМАТ ПО НЕОБХОДИМОСТ ВРЪЗКА С БЪДЕЩИ РЕЗУЛТАТИ.

С грижа за Вас!

1000 София, ул. Стефан Караджа 2, клиентски център - тел.: 0700 11 322, e-mail: office@ccb-sila.com, www.ccb-sila.com

Bulgaria Air
National Carrier www.air.bg



до Виена
и обратно
за

to Vienna
and back
for

118€*

за двупосочен билет
for a round trip ticket



6 полета
седмично
с **НОВА** честота
във вторник

6 flights
weekly
with a **NEW** frequency
on tuesday

* **Цената включва:**

- всички такси
- безплатен чекиран багаж до 23 кг и ръчна чанта до 10 кг
- кетъринг на борда
- безплатен избор на място в самолета

* **The price includes:**

- all taxes
- free of charge check-in luggage up to 23 kg and a handbag up to 10 kg
- catering on the board
- free seat selection

Трупайте точки с програмите ни за лоялни клиенти
Collect points with our frequent flyer program



FLY MORE

www.air.bg/flymore

Club

www.ccb-club.bg

Повече информация на
More information at

www.air.bg



БИРАТА ПАЗИ И ОТ РАК
BEER PROTECTS AGAINST CANCER

Печенето на месо на скара му придава фантастичен вкус, но за съжаление го прави канцерогенно - то създава т. нар. полициклични ароматични въглеводороди (ПАВ), които вредят на нашата ДНК и увеличават риска от рак на червата.

За щастие португалски учени откриха, че не се налага да се лишаваме от едно от големите удоволствия в живота. Просто трябва да го съчетаем с друго от тях - бирата. Екипът от Университета на Порто доказа, че предварителното маринване на месото в бира (богата на вид антиоксиданти, наречени меланоидини), намалява значително вредите от скарата. В немаринованото месо се образуват средно 21 нанограма ПАВ на грам месо. Но ако го накиснете в светло пиво, количеството пада до 18 нанограма, а в тъмно - до едва 10 нанограма.

Grilling meat makes it taste great but unfortunately it also makes it carcinogenic – it contains the so-called polycyclic aromatic hydrocarbons (PAH), which damage our DNA and increase the risk of bowel cancer.

Fortunately, Portuguese scientists have discovered that we do not have to give up one of the great pleasures in life. We simply must combine it with another one – beer. A University of Porto team has show that if you marinate meat in beer (rich in antioxidants, known as melanoidins) before you grill it, it greatly reduces the damage done by grilled meat. In non-marinated meat an average 21 nanograms of PAH are formed per gram meat. But if you soak it in light beer, the figure drops to 18 nanograms, and in dark beer – to a mere 10 nanograms.

71 | **МАРТИН СМИТ**
MARTIN SMITH



78 | **АМЕРИКАНСКИ ПРЕЛЕСТИ**
AMERICAN BEAUTY





Дигитален инфаркт

Как един код, създаден да повиши сигурността, ни направи небивало уязвими в интернет

Иронията действително е основната поправка на живота. Поредното доказателство дойде през април, когато се оказа, че най-голямата заплаха за сигурността ни в интернет е дошла тъкмо от код, създаден да подсили тази сигурност.

През април няколко независими източника докладваха за проблема Heartbleed (букв. сърдечно кървене). Оказа се, че заради едно грешно недоглеждане при съставяне на подсигуриращ код най-съкровени

ни данни в интернет - банкови и платежни акаунти, електронни пощи и пр. - са уязвими за хакери. Според експерти проблемът засяга близо две трети от всички сайтове, които използват криптиране за защита на поверителната информация.

Почти всички големи сайтове реагираха бързо и запушиха пробойната в сигурността. Повечето от тях все пак посъветваха потребителите да променят паролите си за гостъп.

Digital Heart Failure

How a code, designed to increase security, made us incredibly vulnerable online

Irony is indeed the main spice of life. The latest proof came in April when it turned out that the greatest threat to our security on the Internet came from a code created to actually reinforce this security.

In April several independent sources reported on the Heartbleed bug. It turned out that due a minor oversight in programming the security code, our most vital data on the web –

bank and payment accounts, email accounts, etc. – are vulnerable to hackers. According to experts, the problem affects nearly two-thirds of all sites that use encryption to protect confidential information.

Almost all major sites reacted quickly and plugged the security hole. Nevertheless, most of them advised users to change their passwords.

СИПИ ВОДА В РЕЗЕРВОАРА PUT WATER IN YOUR TANK

Експериментална технология, разработена от Военноморския флот на САЩ, може да преобърне с главата надолу корабоплаването. При нея горивото за двигателите се извлича директно от... морската вода. Специален каталитичен конвертор извлича от водата водород и въглероден диоксид, и после от тях се създава синтетично въглеводородно гориво. За момента процесът е скъп и изисква повече енергия за създаването на горивото, отколкото се съдържа в самото гориво. На първо време технологията ще се ползва само на атомни самолетноносачи, за зареждане на самолетите. Но го десетилетие методът би трябвало да е готов за масово приложение, твърдят от Пентагона.

EXPERIMENTAL technology developed by the US navy might well turn navigation upside down. With it, jet fuel is obtained directly from seawater. A special catalytic converter extracts hydrogen and carbon dioxide from the water, and then uses them to create a synthetic hydrocarbon fuel. For the time being the process is expensive and requires more energy to create the fuel than is contained in the fuel itself. In the beginning the technology will only be used on nuclear aircraft carriers to refuel the planes. But within a decade the method should be ready for widespread use, the Pentagon claims.



Ако имаш добър дизайн, той ще въздейства навсякъде

Мартин Смит, главен дизайнер на Ford, през *Bulgaria On Air*

Текст КОНСТАНТИН ТОМОВ / Фотография BULGARIA ON AIR, FORD



Много вероятно е това лице да не ви говори нищо. И дори името зад него – Мартин Смит – да ви звучи непознато. Но всъщност човекът пред вас е една от най-влиятелните личности в автомобилния дизайн за последните 30 години. Всеки ден на улицата се разминавате с неговите творения. Дори, по всяка вероятност, сягате и подкарвате някое от тях.

Кариерата на Мартин започва през 70-те в Porsche, Audi и BMW. Той е създателят на емблематичното Audi Quattro – една изцяло нова насока в автомобилния дизайн.

Той е човекът, който през миналото десетилетие промени изцяло облика на Opel, създаде предишната Astra, сегашната Corsa и начерта формите на фантастичната Insignia.

През 2004 Ford Europe го привлече като директор по дизайна. Смит се отплати, като преобрази цялата гама – от революционната Fiesta до новия Focus, който понастоящем е най-продаваният модел в света.

Г-н Смит, казват, че модата се завръща циклично. Важи ли това и за автомобилите?

Мисля, че да. В миналото имаше десетилетия, когато модните течения личаха съвсем ясно. Вижте разкоша на 30-те, поскромните коли на 40-те, и после пищността на 50-те, която отразяваше възстановяването на икономиката.

Днес е по-трудно да посочим една обща модна тенденция. Често ми казват, че днешните коли са съвсем еднакви. Но съвсем лесно може да се отговори на това: просто сложете една Fiesta до MINI. И двете са модни заявления – но съвсем различни едно от друго.

В последните години показахте, че масовите автомобили могат да имат вида на премиум, или дори на суперколи. ►



► **Това ли е следващата тенденция в автомобилния дизайн? Нещо като подхода на ИКЕА – премиум дизайн на достъпна цена?**

Голямо постижение на Форг в частност бе, че подобрихме не само дизайна, но и качеството. В последните десет години качеството на масовата продукция се повиши драстично. Мисля, че сега клиентите очакват премиум усещане и в достъпните автомобили.

Току-що показахте фейслифта на Форг Фокус, който в момента е най-продаваният модел в света. Трудно ли е да промениш нещо, което работи толкова добре?

Аз казвам така: най-доброто току-що стана още по-добро. Това е хубав въпрос. За да свършим работа, трябваше първо да видим какво ни казват клиентите. И медиите, разбира се. Фокусирахме се в две области: да направим интериора по-хармоничен и по-прост за употреба, и да смекчим малко предницата, която бе твърде агресивна за вкуса на някои хора.

Никои досега не е правил това, което се опитвате вие със стратегията "Един Форг" – да направите кола, едновременно привлекателна за европейци, американци и азиатци. Как намирате въдъхновение?

Сложността на тази задача не бива да се подценява. Трябва да общуваме с клиенти от съвършено различни места: Пекин, Ню Йорк, Милано... Но моето схващане е, че ако имаш добър дизайн, той ще въздейства навсякъде. Нашата Фиеста например преживява една и съща реакция по цял свят.

Много от вашите творби вече са в залата на славата. Кои е дизайнът, с който се гордеете най-много?

Като продукт мисля, че с Фиеста. Тази кола създаде един съвсем нов облик за

Форг. Беше пълно скъсване с предишното поколение – до такава степен, че много хора от висшия мениджмънт я смятаха за прекалено радикална.

Кои ви вдъхнови да станете автомобилен дизайнер? Алек Исигонис?

Виждам, че знаете за това. Класическата история за ученик, който пише на своя кумир за съвет. Исках да стана дизайнер, но по онова време никъде нямаше такава специалност. Татко каза – защо не пишеш на Исигонис, той направи Мини, трябва да е добър.

Написах му и Алек, който сам беше инженер, ме посъветва първо да завърша инженерство. После изкарах курс по автомобилен дизайн в Лондон, в Royal College of Art. Бях в доста неизгодна позиция спрямо останалите – те идваха от дизайнерски специалности и вече умееха да рисуват, да илюстрират. Аз можех да покажа само шепа изчисления.

Има ли автомобил, за който си мечтаете вие да го бяхте проектирал?

Lamborghini Countach. Тази кола излезе, докато бях в Ливърпулския университет и се учех как да бъда водопроводчик. Казах си: Мартин Смит, каквото и да правиш, никога няма да създадеш толкова добра кола.

Още изглежда фантастично, нали?

Да. А години по-късно се случи така, че имахем доста съвместна работа със студио Bertone. След смъртта на Нучо Бертоне те бяха запазили кабинета му като музей, и там беше този прекрасен сгърен модел – оригиналният дизайн за Countach. При всяка възможност ходех да го гледам. И после в навечерието на една Коледа ми звъннаха от Италия: Мартин, какъв цвят предпочиташ да е твоят Countach? Оригиналният беше жълт, отговорих. Няколко дни по-късно пристигна една голяма кутия.

Те бяха направили едно копие от фибростъкло за мен и го бяха боядисали жълто, с черни прозорци. И го днес е в офиса ми.

Как точно работите? Чакате ли моментите на въдъхновение, или избирате по-методичен подход?

Всеки ме пита откъде идва въдъхновението ми. За мен това е по-скоро колективен процес. По цял ден съм обграден от творчески личности. Въдъхновяваме се един друг.

Какво следва за вас?

Пенсия (смее се).

Бяхте първият автомобилен дизайнер, изложил свои неща на прочутия мебелен салон в Милано. Прегизвикателство ли беше това?

Ние винаги сме черпели въдъхновение от Милано. Всяка година екипът ми пътува за салона, за да види тенденциите при материалите, при тъканите... Затова решихме, че е добра идея да върнем малко от това въдъхновение. Показахме няколко неща – часовник, лампа, шезлонг – които са въдъхновени от автомобилите.

Последен въпрос: как ще изглеждат автомобилите на бъдещето? Имате ли някаква идея?

Не (смее се). Изобщо... Естествено, че можем да нарисуваме един концепт и да кажем – ето колата на 2040-а година. Но истината е, че дизайнът следва технологиите, а ние не знаем какви технологии ще има след 30-40 години. Автономното управление, да речем. Нищо чудно колата да престане да бъде ориентирана към шофьора и да се превърне в нещо като ложа. Дали тогава хората ще си купуват коли заради екстериора им, е под въпрос. Може би ще се водят главно от интериора. Но все пак си мисля, че и след 40 години външният вид ще е от значение. ■



Graffit Gallery Hotel

65 Knyaz Boris I Blvd., 9000 Varna, Bulgaria
phone +359 52 989 900, fax +359 52 989 902
reservations@graffithotel.com
www.graffithotel.com



ЛЕТЕН УИКЕНД 2в1

Цени с 20 % отстъпка

Офертата е валидна от 15.05.2014г. до 30.09.2014г.

2in1 SUMMER WEEKEND

Special Deal with 20 % Off

The offer is valid for the period 15.05.2014 – 30.09.2014

Хотел-галерия Графит & Rappongi Beach

2 нощувки в двойна стая Ексклузив*

113.00 евро /на човек/

*закуска *ВИП шезлонги, вода и плодове на плажа

*удобен трансфер от хотела до плажа и обратно

Промо пакети: 25 % отстъпка за 5 дни;

30 % отстъпка за 7 дни

Graffit Gallery Hotel & Rappongi Beach

2 Nights in Double Exclusive Room**

EUR 113.00 /per person/

**BB **VIP lounges, water and fruits on the beach

**Daily shuttle service to the beach and back

Promo Packages: 25 % off for 5-day

stay; 30 % off for 7-day stay



Bulgaria's Leading Boutique Hotel

A Great Design Resonates Everywhere

Martin Smith, Executive Design Director for Ford Europe,
talks to *Bulgaria On Air*

By KONSTANTIN TOMOV / Photography BULGARIA ON AIR, FORD

It is very likely this face means nothing to you. Even the name that goes with it: Martin Smith, may sound unfamiliar. But, the man in front of you has been one of the most influential figures in car design over the past 30 years. You pass by his creations on the street every day. It is very likely that you sit and drive one of them regularly, as well.

Smith's career started in the 1970's at Porsche, Audi and BMW. He is the creator of the emblematic Audi Quattro, which is an entirely new direction in car design. He is the man, who last decade entirely changed the Opel's appearance, created the previous Astra and the present Corsa, and outlined the shapes of the fantastic Insignia.

In 2004, Ford Europe asked him to become their design director. Smith accepted and has transformed their whole range of products since – from the revolutionary Fiesta to the new Focus, which is the most sold model in the world today.

Mr. Smith, they say that fashion returns in cycles. Does that apply to cars as well? We have the new examples of Mini and Fiat 500...

I think so, yes. Definitely you get decades where it's quite easy to identify the fashion of the time. Let's take the 30's, then the more austere cars of the 40's and then the flamboyance of the 50's that reflected the resurgence of the economy.

In modern times it's more difficult to identify a single fashion trend, I think. I'm often told that nowadays cars are all the same. But it's easy to counter that: if you take a Ford Fiesta and put it next to a MINI, they're both fashion statements, but completely different ones.

What you have done in recent years is show that mass production cars can have the looks of premium cars or even of super-cars. Do you think this is the next big trend in car design – applying the IKEA way, selling

premium design at discount prices?

It's been one of the outstanding achievements of Ford, in particular, that we have improved not only the design but also the quality. In the last ten years, the quality for the mass production – or the volume manufacturers as we prefer to be called – has improved enormously. I think the customers now expect the premium feel even in affordable cars.

You have just shown the facelift of the Focus, which is currently the best selling model worldwide. Is it hard to change something that works so well?

I like to say: the best just got better (laughs). It's a good question. To do the job, we needed to hear what the customers were telling us, and also the media, of course. The two areas of focus were to harmonize the interior and make it more simple to operate. And also to change the front end of the vehicle which was too aggressive for some people's taste. ▶





Audi Quattro



Opel Insignia Concept



Opel Astra



Ford Fiesta

► I do not think anyone has done what you are trying to do with this 'One Ford' strategy – to create a car that will be equally attractive to Europeans, Americans and Asians. How do you find inspiration?

The complexity of this task is not to be underestimated. You have to interact with the customers in places as various as Beijing, New York and Milan. But my premise is that if you have a great design, it will resonate everywhere. For example, the first Fiesta had exactly the same reaction all around the world. That was a car that everybody wanted.

If you look back, what is the design you are most proud of? A lot of your creations already belong in the hall of fame...

In terms of turnaround product I think probably Fiesta is my favorite. That car has created a completely different look for Ford. It was a complete departure from the previous generation – to the extent that many people in upper management thought it to be too radical.

Who has inspired you to become a car designer? Was it Alec Issigonis?

You know about that, don't you? That's the classic schoolboy story, where you write to your hero to get advice. When I wanted to be a car designer, there was not yet an educational program at the time. So dad said: why don't you write to Alec Issigonis? He was the only name that my father knew - the man had designed the Mini, so he must be good.

So I wrote to him and he, being an engineer, obviously advised me to go to an engineering course. And then I took a postgraduate course on car design at the Royal College of Art in London. I was very disadvantaged compared with the other students because they came from industrial design courses and already knew how to illustrate, how to draw. I just had a bunch of calculations to show.

The truth is that technology is influencing the design, and we cannot predict what kind of technology there will be in 30 or 40 years

Is there a car in history that you wish you had designed?

The Lamborghini Countach. When I was at Liverpool University learning how to become a plumber, this car came out. I thought to myself: Martin Smith, there's no possible way that you could ever do a car as good as that.

It still looks astonishing, does it not?

Yes. And years later we were doing a lot of work with Bertone. After Nuccio Bertone passed away, his office was preserved as a museum, and there they had this wonderful wooden model – the original design for the Countach. I used to go to admire it every time I was there. And then one year I got a call just before Christmas: Martin, what colour would you like for your Countach? The original one was yellow, I said. And then a few days later a box came. They had made a fiberglass copy and painted it yellow, with black windows. It sits in my office to this day.

How do you work? Are you waiting for moments of inspiration, or is it more of a methodical approach?

Everybody asks where I get my inspiration from. But to me, it's more of a group activity. I'm surrounded by creative people all day long and we like to inspire each other.

What comes next for you?

Retirement (laughing).

You were the first car designer to exhibit at Salone del Mobile in Milan – the world's most prestigious home design expo. Was it challenging for you?

We drew a lot of inspiration over the years from the Salone del Mobile. Every year my team travels to Milan to see the latest trends in fabrics, furnishings and so on. So we thought it would be nice to give some of the inspiration back. We exhibited some objects – a watch, a lamp, a chaise longue – which were all designed using automotive inspiration.

Last question: how do you imagine the cars of the future? Do you have any ideas?

No (laughing). Of course we can design a concept and say – this will be the car of the 2040's. But the truth is that technology is influencing the design, and we cannot predict what kind of technology there will be in 30 or 40 years. The autonomous drive, for example. It is quite possible that you'll be able to get into a car and not have the driving environment, but a lounge instead. The car will transport you around the city completely automatically. Whether people will buy cars then for their exterior shapes, is quite questionable. Perhaps they're going to buy them for their interiors. But I like to think that even in 40 years the exterior design of the car will be very influential. ■

АМЕРИКАНСКИ ПРЕЛЕСТИ

Новият Jeep Grand Cherokee е станал по-рафиниран и забележимо по-люксозен, но не и по-скъп

Текст КОНСТАНТИН ТОМОВ / Фотография НА АВТОРА



Понякога просто няма смисъл да се борим със стереотипите.

Когато чуем "американска кола", на секундата си представяме нещо огромно, с табло от кофички за кисело мляко, напълно неспособно да взема завоите и с показател за средния разход, по-голям от този за максималната скорост.

Но в случая с новия Grand Cherokee е добре да подходим с малко уважение. Просто защото той е продукт на компанията, която създаде офроудърите и до такава степен начерта посоката на развитието им, че и до днес в България използваме името ѝ като нарицателно. Казваме не офроудъри, а джипове.

КАКТО ЧЕСТО СЕ СЛУЧВА с великите изобретения, оригиналният "джип" е създаден удивително набързо. През 1940 американската армия обявява поръчка за малък автомобил с 4X4 задвижване, който да превозва офицерите по бойните полета.

Участниците имат само 11 дни да подготвят заявките си, 49 дни да скалъпят първия прототип и още 75 за започване на серийното производство. Конкурсът е спечелен от American Vantham, но понеже компанията е с малък капацитет, Пентагонът дава проекта ѝ на конкурентите Willys-Overland и Ford. Тъкмо Willys дава името на колата.

С 2.2-литров мотор, 60 конски сили и едва три скорости, тя е много далеч от днешните ни представи. Но тъкмо от нея започва глобалната мания по всъдеходите. И тъкмо тя е причината днес да не можете да паркирате по Солунска.

НОВИЯТ GRAND CHEROKEE обаче изобщо не търси връзка с миналото. Това е кола, създадена за днес. И дори за утре.

Единствената точка, по която покрива стереотипа ни за американските коли, са размерите. Но в нея никога няма да изпитате ужас при вида на приближаващ завои. Просто защото Grand Cherokee е на една и съща платформа с М-класата на Mercedes.

Окачването е по-меко и комфортно от това в BMW X5, например, но не толкова меко, че да вреди на стабилността. Като опция можете да си поръчате въздушно окачване с пет различни настройки. Воланът е директен и прецизен, макар и не колкото в X5. За разлика от BMW-то обаче, тук имате ръчни настройки за избор на терен и понижаваща предавка – което значи, че това Grand Cherokee спокойно ще мине навсякъде, където и прагадо му би минал.

Ние тестваме най-новия мотор в гамата – 3-литровия турбодизел, произведен от италианската VM Motori и стигнал до Jeep по линия на новия собственик Fiat. Двигателят е пъргав и удивително тих като за дизел. Така и не успяхме обаче да се доближим до обявения среден разход от 7.5 литра. Подозираме, че за него се изисква далеч по-смирнен стил на шофиране.

В новото Grand Cherokee има още една присадка от европейски донор. Мазохистичният американски автоматик е заменен с осемстепенната кутия на германската ZF. По наше мнение това е най-добрата автоматична трансмисия в момента, и неслучайно ще я откриете в автомобили като BMW, Range Rover и Jaguar.

ПРОМЕНЕТЕ ПО ВЪНШНИЯ ВИД са умерени, но добре обмислени. В предницата няма и помен от някогашната недогляданост. Задницата изглежда компактна и семпла.

Но голямата промяна е вътре. Ако ви вкарат в колата със завързани очи, никога няма да познаете, че сте в американска машина. Безукорно ушита кожа, изящно дърво, качествени прибори – този интериор спокойно може да е и в германска премиум лимузина.

Информационната система е семпла и лесна за управление. Единственият минус са прекалено многото бутони върху волана – при всеки завои неволно натискахме този за телефона.

Списъкът с екстри е огромен и също праца Grand Cherokee в категорията на BMW и Mercedes. Коемо ни отвъжда до най-силния коз на тази кола – цената ѝ си остава като за Jeep.

Нашият тествов автомобил - с въздушно окачване, с всички възможни електронни асистенти, с камера за обратно виждане, с отопляени и вентилирани кожени седалки, с панорамен люк и със слот за SD-карта - едва надхвърля 105 000 лева. Аналогично BMW X5 ще ви излезе с цели 50% повече. Естествено, качеството на изпълнение е гарантирано при BMW, докато при новия Jeep ще трябва да почакаме и да видим. Но няма спор: ако търсите голям всъдеход, трябва да имате предвид и Grand Cherokee. А на стереотипите много им здраве. ■

250

к. с. максимална мощност
horsepower maximum power

8.2

секунди 0-100 км/ч
seconds 0-100 km/h

3500

килограма теглителна способност
kilograms traction

American Beauty

The new Jeep Grand Cherokee is now more refined and noticeably more luxurious, but not more expensive

By KONSTANTIN TOMOV / Photography BY THE AUTHOR

Sometimes there is no point in fighting stereotypes.

When we hear "American car", we immediately imagine something huge, with a dashboard made from yoghurt boxes, completely incapable of taking turns, and with an average fuel consumption figure, slightly bigger than that of maximum speed.

In the case of the new Grand Cherokee however, it is better to approach with some respect. Simply because it is a product of the company that invented off-roaders and made it's name a byword, especially in Bulgaria. We do not say off-roaders here, we say jeeps.

AS WITH MOST GREAT INVENTIONS, the original "jeep" was created incredibly fast. In 1940 the American Army wanted a small 4x4 automobile that would transport officers on the battlefield.

Participants only had 11 days to apply, 49 days to knock together the first prototype and another 75 to start a serial production. American Bantham won the competition. Since the company had very little capacity, however, the Pentagon gives its project to the competitors, Willys-Overland and Ford.

With a 2.2-litre engine, 60 horsepower and only three gears, it was very far from the version we know today. However, it was with this car that the global obsession with off-roaders started. It is the reason why you cannot park on Solunska Street in downtown Sofia.

THE NEW GRAND CHEROKEE, however, does not want to be connected with the past. This is a car made for today, and even for tomorrow.

The only American car stereotype that this meets is the size. You will never fear a turn again, because the Grand Cherokee is built on the same platform as the Mercedes M-class.

The suspension is softer and more comfortable than the one in the BMW X5, for example, but not too soft to impact its stability. As an option, you can order an air suspension system with five different settings. The steering wheel is tight and precise, although not quite like the BMW X5. In contrast to the BMW, however,

here you have a manual settings for the type of terrain and a low gear, which means that this Grand Cherokee can easily go anywhere its great-grandfather could go.

We tested the newest engine – a 3-liter turbo-diesel, manufactured by the Italian VM Motori, which now works with Jeep because of Fiat's new owner. The engine is quick and amazingly quiet for a diesel. We were not able to achieve the promised average consumption of 7.5 liters. Probably a far more humble driving style is required.

There is a European accent to the Grand Cherokee - the masochistic American automatic transmission has been replaced by an eight-speed German ZF box. In our opinion, this is currently the best automatic transmission and it is no accident that you will find it in cars such as BMW, Range Rover and Jaguar.

CHANGES IN THE EXTERIOR are moderate, but have been carefully considered. In the front there is slight trace of the previous roughness. The rear seems compact and simple.

However, the big changes are inside. If you sit in the car with your eyes closed, you would

never know you were in an American machine. Perfectly sewn leather, elegant wood, quality devices – you could sit in a German limousine as well.

The information system is simple and easy to control. The only negative is that there are too many buttons on the steering wheel. We accidentally pushed the button for the phone every time we made a turn.

The list of add-ons is long and also propels the Grand Cherokee in the same category with BMW and Mercedes. This all leads us to the car's strongest trump card – its price remains suitable for Jeep.

Our test car had the air suspension, all the electronic assistants you can imagine, a rear view camera, heated and ventilated leather seats, a panoramic sunroof and a SD-card slot, and yet it barely exceeded 54,000 euros. The BMW X5 will cost you 50 percent more.

Naturally, the quality is guaranteed with a BMW, while in the new Jeep we will have to wait and see. It goes without saying: if you are looking for a big off-roader, you must keep the Grand Cherokee in mind. We all can forget about stereotypes. ■



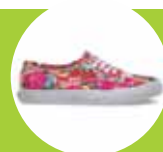


93 | **НЕОТЪПКАНИ ПЪТЕКИ**
UNBEATEN PATHS

84 | **ТРУДНО Е ДА БЪДЕШ БОГ**
HARD TO BE A GOD



100 | **В ПЪЛЕН РАЗЦВЕТ**
IN FULL BLOOM



АФИШ

Събитията
и нещата, за
които ще се
говори през
май



РОК

AEROSMITH // За тийнейджърите Стивън Тауър е известен най-вече като бащата на Лив Тауър. За всички останали той е фронтменът на една от най-големите американски рок групи в историята. И може би единствената, която днес можете да видите в оригиналния ѝ (от 1970 година) състав. Ако и това не ви стига, за да отидете да ги видите в София, ще добавим: 4 награди Грамми, 150 милиона продадени албума и място в "Рокенрол залата на славата".

17 май, София, стадион "Локомотив"

ТРАДИЦИИ

АНТИЧЕН ФЕСТИВАЛ // Всяка пролет един от най-гревните градове в България се връща в далечното си минало. Античният фестивал "Филипополис" е спомен за епохата, в която Пловдив е бил римски полис. Ще има гладиаторски игри, антични пиеси, автентични носии и още доста зрелища. На 18 май пък се открива международният фестивал за класика "Дни на музиката в Балабановата къща".

16-18 май, Пловдив

ТЕНОРИ

АНДРЕА БОЧЕЛИ // "Ако Господ понякога пееше, щеше да звучи като Андреа Бочели", казва за него Селин Дион. Откакто Лучано Павароти ни напусна, Бочели е най-затрогващият и популярен глас на класическата музика.

Напълно ослепял на 12 години след футболна злополука, днес Андреа е носител на над 50 международни награди, а албумите му са продадени в над 80-милионен тираж. Това ще е вторият му концерт в България (след 2006).

30 май, София, "Арена Армеец"

EN

ROCK

AEROSMITH // Steven Tyler is best-known to teenagers as Liv Tyler's father. For everybody else, he's the front man of one of the biggest American rock bands in history. He is also the only original member (since 1970) you can still see today. If this isn't enough of a reason for you to go and see them live in Sofia, we'll also add: 4 Grammy awards, 150 million albums sold and a place in the Rock and Roll Hall of Fame.

May 17, Sofia, "Lokomotiv" Stadium

TRADITIONS

ANCIENT FESTIVAL // Every spring, one of the oldest cities in Bulgaria returns to the distant past. The ancient festival, known as Philippopolis, is a reminder of the epoch when Plovdiv was a Roman polis. There will be gladiator games, ancient plays, authentic national costumes, and many other events. On May 18, the international festival, Music Days at the Balabanov House opens.

May 16-18, Plovdiv

TENORS

ANDREA BOCELLI // "If God sang, he would sound as Andrea Bocelli", Celine Dion said. Since Luciano Pavarotti left us, Bocelli has been the most touching and popular voice of classical music.

After a football accident, he became blind at the age of 12. Today, Bocelli has won more than 50 international awards and he has sold more than 80 million albums. This is going to be his second concert in Bulgaria (the first was in 2006).

May 30, Sofia, "Arena Armeec"

Events and things that will be discussed in May

POSTER

КНИГА

ТАМ, КЪДЕТО Е ПОГРЕБАН ОРФЕЙ // Удивителна симбиоза между кратката проза на Илия Троянов и артистичната фотография на Кристиан Мурбек, тази книга е чудесно свидетелство за особеностите на живота "на края на Европа". Троянов, роден в София, е живял в Найроби, Мюнхен, Мумбай, Кейптаун и сега във Виена. Още "Събирачът на светове" (2006) му донесе световна слава. Мурбек е германски фотограф, пътувал много из Африка и Балканите.

Издателство "Сиела"

ФОЛКЛОР

БАЛКАН ФОЛК 2014 // Традиционният Старопланински събор за фолклорна музика и танци във Велико Търново тази година е в рамките на музикалните празници Euro Folk 2014. Очаква се да участват над 10 000 изпълнители, и всички изпълнения ще бъдат записани за телевизионно излъчване. Успоредно със събора се провежда и Националният шампионат по народни изкуства, който е отворен за всички ентузиаста срещу символична такса.

9-18 май, Велико Търново

КОНЦЕРТ

YANNI // Плуването е загубило един голям талант в геня, в който Янис Хрисомалис решил окончателно да се занимава с музика. Но музиката само е спечелила - днес Яни е един от най-прочутите композитори в света. 15 негови албума са били №1 в класацията за new age на Billboard (макар че определението new age го гразни). Концертът му на Акропола е второто най-продавано музикално видео в историята след Thriller на Майкъл Джексън.

2 юни, София, НДК

EN

BOOK

WHERE ORPHEUS WAS BURIED // An amazing combination of Iliya Troyanov's short prose and Christian Murbeck's artistic photography, this book is a wonderful representation of life's peculiarities "on Europe's edge". Troyanov, born in Sofia, lived in Nairobi, Munich, Mumbai, Cape Town, and now in Vienna. "The Collector of Worlds" (2006) brought him world fame. Murbeck is a German photographer who has travelled a lot in Africa and the Balkans.

Ciela Publishing House

FOLKLORE

BALKAN FOLK 2014 // At this year's Euro Folk 2014 fair in Veliko Tarnovo, you can see traditional Balkan folklore music and dances. More than 10,000 performers are expected to take part and all the performances will be broadcast on TV. Together with the fair, the National Folk Arts Festival is going to be held and is open to all enthusiasts for a small fee.

May 9-18, Veliko Tarnovo

CONCERT

YANNI // The sport of swimming lost a great talent when Yannis Hristomalis decided to make music. Music, however, gained an amazing talent, today Yanni is one of the most famous composers in the world. Fifteen of his albums were №1 on the New Age Billboard chart (even though the definition of new age annoys him). His concert at the Acropolis is the second best-selling music video in history, after Michael Jackson's "Thriller".

June 2, Sofia, NDK



Текст КАЛИН НИКОЛОВ / ВЪ КАЛИН НИКОЛОВ



ТРУДНО Е
ДА БЪДЕШ
БОТ

Текст: КОНОСТАНТИН ТОМОВ / Фотография: SHUTTERSTOCK, АРХИВ

Самовлюбен гений, наркоман и пияница, преждевременно остарял дебелак с болно сърце, светец на една нова религия, политически лидер, защитник на онеправданите, прочут прелюбодеец, образцов баща, телевизионна звезда. Звучи като списък на действащите лица в пиеса на абсурда. Но всъщност действащото лице е само едно – Диего Армандо Марадона, на 53 години, от Аржентина.

Чак не е за вярване как един толкова гребен човек - "165 сантиметра с погметките" - може да побере такива гигантски противоречия. Дори

самото му име някак си намеква за раздвоение (един български телевизионен коментатор навремето прозря, че бил кръстен на бабите си Мара и Дона).

От една страна, той бе самовлюбен гребосък, обиден смъртно от факта, че го нареждат рамо до рамо с Пеле, а не пред него. От друга, Диего винаги е говорел за себе си с ирония и лека насмешка. След първата му кокаинова пропаст през 1991 италиански журналисти го попитаха укорително какъв пример дава на децата. "Децата трябва да взимат пример от умни и учени хора, не от магарета като мен", отвърна Марадона със съзли в очите.

СЪС СВОИТЕ ПУРИ, ЖЕНИ, КОКАИН и яхтени оргии той бе типичният новобогаташ, старателно демонстриращ статута си. И в същото време се превърна в искрен защитник на бедните и онеправданите, във водач на протестни митинги. За аржентинците и до днес той има странния двоен статут на един от нас, човек от бедняшките покрайнини; и едновременно с това на полубожество (или дори пълно божество за над петдесетте хиляди вярващи в Църквата на Марадона, основана в град Росарио, според която в момента е 53 година DD - Desrues de Diego, или След Диего). Той бе и си остава свръхпатриот - не от популярния напоследък в България тип, в който патриотизмът съдържа гръмки гуми (95%) и прашно знаме на балкона (5%) - а истински, искрен, способен да пропътува половината свят само и само да вика за някоя детско-юношеска формация на Аржентина. И същият този човек в една реклама на безалкохолно се появи с фланелката на архиврага Бразилия и пъ бразилския химн заедно с Кака и Роналдо (впрочем кличето напразно вдигна такъв шум в Аржентина - родоотстъпничеството бе само на шега, в края на рекламата Диего се събужда от кошмара и бърше пот от челото).

И на терена Марадона беше с две лица. Той изведе индивидуализма във футбола на ново равнище - възгледът му за играта най-общо се свеждаше до това да елиминира сам всички футболисти на противника. И в същото време рядко е имало по-малко

егоистичен играч от Диего. Той наистина събираше около себе си цялата чужда защита, но само за да освободи място и да подаде идеалния голов пас на някой свой по-скромнен съотборник. А в целия си живот Диего игра предимно със скромни съотборници. Естествено, изправен рамо до рамо (или по-скоро рамо до върха на косата) с Марадона, всеки би изглеждал скромнен. Но останалите участници в големите успехи на Аржентина през 80-те изглеждат скромни дори и извън погодно сравнение - вече позабравени фигури като Батиста, Буручага, Десоти, Руджеро.

ДОРИ В БЪЛГАРИЯ ЩЕ ГО ЗАПОМНИМ

В две лица - веднъж на върха на славата през 1986, когато причини доста унижателни мигове на иначе големи играчи като Желязков, Пашев, Сагъков, а Аржентина с обидно пестене на усилия ни победи с 2:0; и втори път на дъното през 1994, когато точно преди мача с нашите даде положителна проба за пет забранени вещества наведнъж и напусна световното - и този път България спечели с 2:0, откривайки си пътя към знаеме-кой-мач. И накрая, естествено, да не забравяме и най-знаменитата проява на противоречивата му личност - онези два митични гола срещу Англия през 1986. Единият отбелязан с ръка, с явна измама, която Диего отказваше да си признае повече от 18 години и която прикриваше с онова прочуто "И да е имало ръка, е била Божията". И вторият - един шедьовър, при който този фантастичен гребосък събра около себе си цялата прочута средна линия на англичаните, показа им един-два фокуса и после ги остави да гледат безпомощно как преминава като на слалом защитниците зад тях и мушва топката под плонжа на вратаря Шилтън.

"Никои не разбира какво стана при първия гол - сподели Диего много по-късно в едно интервю за Гари Линекер. - Дори и Шилтън, който бе скочил със затворени очи. Обичам този гол. Чувствах се, все едно съм преджил англичаните". Разбираема емоция - бяха минали само четири години от Фолклендската война, да не говорим за двайсетгодишната футболна вражда между двете нации, заради която и до днес на стадиона на Бока Хуниорс скандират "Който не скача, е англичанин!".

А след това вече всичко изглеждаше някак просто и лесно: първо Белгия, отчаяна ▶

Hard to be a God

A narcissistic genius, a drug addict and drunkard, a prematurely aged fat man with a weak heart, an icon of a new religion, a political leader, a defender of the downtrodden, a notorious adulterer, a model father, and a TV star. It sounds like a list of actors in an absurd play, but all of this describes one man, Diego Armando Maradona, 53, from Argentina.

By KONSTANTIN TOMOV / Photography SHUTTERSTOCK, ARCHIVES

It is hard to believe how such a small man, 165 centimetres, can harbor such big contradictions. Even his name somehow suggests a division (a Bulgarian TV commentator once suggested that he was named after his grandmothers Mara and Dona).

On the one hand, he was a self-centred little man, offended by the fact that he was ranked alongside Pele and not before him. On the other hand, Maradona has always spoken about himself with irony and mild derision. After his first bout with cocaine abuse in 1991, Italian journalists asked him reproachfully what kind of an example he was setting for children. "Children should take an example from smart and educated people, not from an ass like me," Maradona replied with tears in his eyes.

WITH HIS CIGARS, WOMEN, COCAINE, and yacht orgies, he was the typical nouveau riche, ardently demonstrating his status. And at the same time, he became a sincere defender of the poor and underprivileged and a leader of protest rallies. For the Argentines, he still has the strange dual status as one of them, a guy from the outskirts, and at the same time, that of a demigod (or even a god for the over 50,000 followers of the Church of Maradona, founded in the city of Rosario, according to which we are now in the year 53 DD - *Despues de Diego* or *After Diego*). He was and remains the super patriot, not similar to the type popular in Bulgaria for whom patriotism consists of only loud words (95 percent) and waving a dusty flag from the balcony (5 percent), but a genuine, sincere patriot, capable of travelling half the world merely to cheer for a children's team from Argentina.

He appeared in a soft drink commercial wearing a T-shirt of the arch-enemy Brazilian football team and singing the Brazilian anthem, together with Kaka and Ronaldo. The advertisement caused a huge fuss in Argentina, but the whole thing was only a joke and at the end of the commercial Maradona wakes up from the nightmare and wipes the sweat off his brow.

Maradona also showed two faces on the football pitch. He took individualism in football to

new heights – generally his idea of the game was reduced to how to eliminate all of the opponent's players on his own. Yet, at the same time, there has rarely been a less egotistical player than Maradona. He did indeed gather the opponent's entire defense around him, but only in order to make space and gallantly pass the ball to a more modest team player. Maradona played primarily with modest teammates. Naturally, standing next to Maradona, anyone would look modest. But the other participants in Argentina's big successes during the 1980's look modest even without this comparison – the by now somewhat forgotten figures of Batista, Burruchaga, DeSoto, Ruggeri.

EVEN IN BULGARIA WE WILL REMEMBER HIM in two ways – once at the height of his fame in 1986, when he humiliated big players like Zhelyazkov, Pashev, Sadakov, and Argentina effortlessly beat us 2:0; and a second time when he hit bottom in 1994, when just before the match against Bulgaria he tested positive for five banned substances and left the World Cup Finals, and that time Bulgaria won 2:0, paving the way for its most memorable match. Finally, of course, let us not forget the most infamous manifestation of his controversial personality, the two legendary goals against England in 1986. One of them scored with his hand, with obvious cheating, which Maradona refused to admit for more than 18 years and which he tried to cover up with the famous: "Even if there was a hand, it was the hand of God". And the second, a masterpiece in which this diminutive midfielder gathered the whole English midfield around him, showing them a trick or two and then leaving them to watch helplessly as he swivelled around, dribbling past the English defenders and bringing the ball home as goalkeeper Shilton leapt for it.

"Nobody realized what happened with the first goal," Maradona said much later in an interview with Gary Lineker. "Even Shilton, who had jumped with his eyes closed. I love that goal. And it felt a little bit like pick-pocketing the English." An understandable emotion – only four years had passed since the Falklands War, not to mention the 20-year-long football feud between the two

nations, which to this day at Boca Juniors stadium you can hear shouts of: "Whoever does not jump is an Englishman!"

After that everything seemed simple and easy: first Belgium, despairing after Maradona's two goals, and then the final against the Germans – those same Germans who had managed to turn around every single match, to emerge unscathed from every situation, but were nothing against the Argentine Number 10.

MARADONA GOT TO THE TOP. "The minute we got the Cup, we returned to the changing room and started singing the rudest songs from the stands. We were all swearing... We jumped on the benches and yelled: Hey, this is for you, all you lousy bastards!" Maradona wrote in his autobiography. During triumphant moments, Maradona was always been like that – with the honest, gruff voice of the man in the crowd, rising above the rest only through his amazing talent. Incidentally, this is not surprising, considering where he grew up – in the shanty town of Villa Fiorito on the outskirts of Buenos Aires, in a small room, which he shared with three sisters and two brothers. Years later he told how one night, when he was a toddler, he slipped in the family's primitive toilet and fell into the cesspit. Fortunately his Uncle Cirilo, screaming "Diegito, keep your head above the shit!" was on hand to rescue the youngster.

His neighbours from that time remember that Maradona had nothing – only a football, to which he devoted every free minute he had. At the age of eight his skill was obvious and his parents took him to the local children's football school. But when the coach at the school saw his fantastic technique, the chunky and short body and his big head, the coach showed him the door – he did not believe that the child was only eight, but thought he was a midget lying about his age.

EVEN TODAY, when the big football clubs start recruiting talented 12 or 13-year-old kids, there are few who compare to Maradona's amazing career. At the age of 15 he was already playing in the professional championship for the ►



Диего със световната титла през 1986; Като юноша в "Бока Хуниорс"; На бенефиса си с друга прочута луда глава
Diego with the World Cup in 1986; As a young player with Boca Juniors colours; At his farewell game together with another famous hot head

► с два гола на Марадона, и после финалът с германците - същите тези германци, които бяха способни да обърнат всеки мач, да излязат от всяка ситуация, но които нямаха с какво да отговорят на аржентинския номер 10.

ДИЕГО СЪПИ НА ВЪРХА.

"Щом взехме купата, веднага се върнахме в съблекалнята и започнахме да пеем най-грубиянските песни от трибуните. Псувахме абсолютно всички... Скачахме по пейките и крещяхме: Ей, това е за вас, всички гадни копелета!", разказа Марадона в автобиографията си. В моментите на триумф Диего винаги е бил такъв - с откровения, грубоват глас на човек от тълпата, издигнат над останалите само от изумителния си талант. Впрочем в това няма нищо чудно, като се има предвид къде е отраснал - във Вила Фиорито, гето от схлупени бараки в покрайнините на Буенос Айрес, в една тясна стаичка, която е делял с три сестри и двама братя. Година по-късно Марадона разказваше как една нощ, още съвсем малък, се подхлъзнал в примитивната тоалетна и пропаднал в дупката, а чичо му Сирило тичал на помощ и крещял: "Диего, гръж си главата над лайната!".

Съседите му от онова време си спомнят, че Диего нямал нищичко - само една футболна топка, на която посвещавал всяка свободна минута. На осем години резултатът вече бил очевиден и родителите му го завели в местната детска футболна школа. Но като видял фантастичната му техника, набитото и ниско тяло и голямата му глава, треньорът му посочил вратата - не повярвал, че детето е само на осем, и го помислил за джудже, лъжещо за възрастта си.

ДОРИ И В СЪВРЕМЕННИЯ ФУТБОЛ, когато големите клубове започват да ангажират талантите още на по 12-13 години, има твърде малко аналози на стремителната кариера на Марадона. На 15 той вече играел в професионалния шампионат на Аржентина за Архентинос Хуниорс; на 16 дебютирал за мъжкия национален отбор (срещу Унгария). През 1981 дивото и доскоро гладуващо хлапе

ДИЕГО: ПЪЯТ

1960: Роден в Буенос Айрес като пето дете в семейството

1977: Дебютира за националния отбор. Не е взет обаче за Мондиал '78, когато страната печели първата си световна титла

1982: На световното в Испания се запомня с един червен картон, а Аржентина отпада рано. Подписва договор с Барселона

1984: Преминва в скромния италиански Наполи

1986: Извежда Аржентина до втората ѝ световна титла

1987: Наполи печели първата шампионска титла на Италия в историята си

1989: Марадона печели Купата на УЕФА с Наполи. Жени се за приятелката си от детинство Клаудия Виѝафане. Те вече имат две дъщери - Далма и Джанина

1990: Аржентина с Марадона губи световния финал от Германия с дълго оспорвана дузпа

1991: Дава положителна проба за кокаин, наказан за 15 месеца. След наказанието преминава в Севиля

1994: Връща се в националния отбор и го извежда до впечатляващи победи над Гърция и Нигерия, но точно преди мача с България дава положителна проба за допинг и е отстранен

1995: Опити като треньор в два второразредни отбора, след това се връща като играч в Бока Хуниорс

1997: Оттегля се от футбола

2000: Получава сърдечен удар след системни злоупотреби с кокаин

2004: Втора тежка криза, 12 дни в интензивно отделение, телото му достига 126 кг при 165 см ръст

2010: Като треньор извежда Аржентина до четвъртфинал на Мондиал 2010. Отпада от Германия (0:4)

2013: Марадона празнува 53-ия си рожден ден



Някогашният спокоен начин на живот се замести от един много интензивен начин. А това си има и има

се озовало в Барселона - с минимални познания за света и с милионна заплата. Някъде там съвсем младият още Диего се запознал с жените и с кокаина - два капана, от които чичо му Сирило нямало как да го измъкне. За разлика от една друга луда глава - Христо Стоичков, който отиде в Каталуня госта по-голям и имаше късмета да попадне на треньор като Кройф, сам бивш бунтар - недисциплинираният Диего не успя да се спогоди с работодателите си. Голямата, смазана футболна машина като Барселона не беше за него; талантът му разкъфтя напълно едва след трансфера в скромния тим на Наполи, напразно жадувал за слава цели осем десетилетия. И Марадона като библейски светец утоли жаждата.

За седемте си години в Неапол той гаде на небесносините единствените им две шампионски титли, една Купа и една Суперкупа на Италия, една Купа на УЕФА. И, което е по-важното, позволи на вечно потисканите, вечно по-бедните, вечно по-слабите на футбол южняци поне веднъж да погледнат с превъзходство Ювентус, Милан, Интер и другите гиганти от богатия Север. Влиянието на Марадона в Неапол бе такова, че през 1990, когато Италия и Аржентина играеха световен полуфинал на тамошния "Сан Паоло", близо половината стадион подкрепяше аржентинците - там беше техният Диего.

Но в столицата на Кампания разкъфтя не само футболната кариера на аржентинския гений.

ИНТЕРЕСЪТ КЪМ КОКАИНА, прихванат в Испания, тук се превърна в маниакална страст. Аферите му по женската част бяха толкова много, че накрая омръзнаха дори на жълтата преса. От една от тях, с неаполитанката Кристиана Синагра, се роди момче, на което съгът по-късно гаде името Диего Армандо Марадона-младши. Но макар с момчето да

си приличат като две певци на "Пайнер", Диего никога не го призна и упорито отказваше да се срещне с него - докато през 2003 то го изгубна на едно игрище за голф и му се представи.

В Неапол аржентинецът завърза и някои още по-опасни познания. Говореше се, че е постоянен гост на доновете на Камората, че дори трансферът му (за умопомрачителните тогава 7 млн. долара) е бил използван за пране на мафиотски пари.

През 1991 - година след като пречупи италианската мечта за световна титла - срещу него започнаха едновременно три следствия за укриване на доходи, а първата положителна проба за кокаин му навлече 15-месечно наказание. Това бе началото на края за най-атрактивния футболист на всички времена.

Единственият му сериозен опит да се върне на върха - на световното през 1994 - бе прекратен от нова положителна проба, този път за ефедрин и още няколко сходни стимуланта. Диего рухна. Следващите години бяха низ от скандали (включително прословутата стрелба по журналисти с въздушна пушка), оргии и мимолетни завръщания, докато накрая през 1997 Марадона окончателно не окачи обувките. През 2000 година ваканцията му в уругвайския курорт Пунта дел Есте приключи с едномесечен престой в интензивното отделение на болницата, по време на който животът му е висял на косъм поне три пъти.

ЗАГРИЖЕНИЯТ ФИДЕЛ КАСТРО го покани да се лекува в Куба и първоначално изглеждаше, че това ще помогне. Но след завръщането си у дома Диего веднага възстановяваше старите си навици с кокаина и пиенето. Накрая през 2004 гоиде най-тежката криза - съспаненият и плашещо затлъстял Марадона прекара нови 12 дни в интензивно отделение. Тежки сърдечни проблеми, два ре-



Марадона срещу белгийците през 1982. Този кадър на Стив Пауъл изразява прекрасно хипнотичния ефект, който имаше Диего върху съперниците и публиката, и е признат за едно от върховите достижения на спортната фотография

Maradona playing against Belgium in 1982. This shot, taken by Steve Powell, perfectly expresses the hypnotical effect Diego had over his opponents and over the public

спираторни ареста, чернодробна недостатъчност - диагнозата му приличаше на учебник по медицина. "При Диего не ставаше дума за едно отделно заболяване - цялата му система бе на път да откаже. Фактът, че оцеля, си е едно живо чудо", признава личният му лекар Алфредо Кае.

Впрочем доктор Кае е поредният пример за простодушния характер на някогашния футболен идол. Двамата се запознали, когато Диего бил на 17 и отишъл на преглед заради слабост в коленете. Младежът, все още без професионален договор и без заплата, изглеждал толкова недохранен, че Кае отказал да му вземе пари за прегледа. "Той никога не забрави това - сподели докторът в едно интервю за BBC. - Диего никога не е забравял нито корените си, нито хората, които са му помогнали. В това отношение паметта му е фантастична".

ТОЗИ ПОСЛЕДЕН И НАЙ-БЛИЗЪК ДОСЕГ СЪС СМЪРТТА през 2004 промени Марадона. Той доброволно се съгласи да прекара

еден курс в психиатрична клиника, за да спре с кокаина веднъж завинаги. "Тук всички са луди - оплака се в едно телефонно интервю от клиниката. - Един каза, че е Наполеон, но никои не му повярва. Аз казах, че съм Марадона, и на мен не ми повярваха." Диего действително не приличаше на себе си по онова време - човешка развалина, изоставен и от старите си приятели, и дори от жена си Клаудия, която накрая също загуби търпение и получи развод през 2003. Но тя никога не изостави окончателно мъжа, с когото бе заедно от 1976. Именно Клаудия го подтикна да се подложи на операция за съкращаване на червата в Колумбия, за да се справи със затлъстяването. За година и половина Марадона се стопи от 126 до 76 килограма. И пак бившата му жена го подтикна към ново поприще - на телевизионна звезда. С продуцента Адриан Суар създадоха токущо Нощта на Десетката, La Noche del 10 - с Диего като водещ и с Пеле като първи гост (което сложи край и на враждата между двамата около спора кой е номер

1 на всички времена). След това в студиото се изредиха Антонио Бандерас, Зинедин Зидан, Майк Тайсън... С английската поп звезда Роби Уилямс се съгласиха, че аржентинците са страхотни, че Буш е "идиот и убиец" и обмениха бележки по своите (преодолени) кокаинови привички. Шоуто достигна рекордния за цялата история на аржентинската телевизия рейтинг от 40 пункта, започна да събира по 17 минути реклама и да носи 2.5 млн. долара печалба от всяко предаване. Черешката на тортата бе интервюто на Марадона с Фигел Кастро - малко хаотично наистина, но пък толкова искрено.

Познанството с Кастро и с венецуелския президент Уго Чавес промени и обществената позиция на Марадона. Някогашният незаинтересован гуляйджия гнес е политически активист, борец срещу империализма и защитник на онеправданите, както го нарече Чавес. "За мен всичко, което прави Фигел, всичко, което прави Чавес, е правилно и велико", казваше Диего.

Разбира се, в много отношението възгледите на Марадона са почти по детски наивни. Емир Кустурица, който през 2008 представи документалния си филм "Марадона" в Кан, призна, че трябвало да изреже доста немислени изявления (примерно "папа Йоан Павел II е тъпанар"). "Диего е страшно противоречива личност и трябва много добре да го опознаеш, за да го харесаш наистина", казва режисьорът. Но пък в края на краищата ние го познаваме достатъчно добре. ■

Диего с една от дъщерите си
Diego with one of his daughters



► Argentinos Juniors; at 16 he made his debut in the men's national team (against Hungary). In 1981, the wild and formerly starving kid found himself on the Barcelona team with little knowledge of the world and a million plus salary. Somewhere during this time, the still very young Maradona found his attraction to women and cocaine – two traps from which his uncle Cirilo could not rescue him.

Unlike another hothead, Hristo Stoichkov, who went to Catalonia at an older age and was fortunate enough to have a coach like Johan Cruyff (himself a former rebel). Unfortunately, the undisciplined Maradona failed to see eye-to-eye with his employers. The big, oiled football machine like Barcelona was not for him; his talent unfolded after his transfer to the modest team in Napoli, which had been seeking glory for eight decades. And Maradona, like a biblical icon, helped them to achieve this desire.

During his seven years with Napoli, he gave the light blue their only two league titles, one Coppa Italia (Italy Cup) and the Italian Super Cup and the UEFA Cup. And, more importantly, he helped the eternally oppressed, eternally poorer, eternally weaker southerners to be the supreme over Juventus, Milan, Inter, and the other giants of the rich North. Maradona's influence in Napoli was so great that in 1990, when Italy and Argentina played the World Cup Semi-Finals in the local San Paolo stadium, nearly half the crowd cheered for Argentina because that was where their Maradona played.

It was not only the Argentine genius' football career that blossomed in the capital of Campania.

THE TASTE FOR COCAINE was acquired in Spain, but became an obsession in Italy. He had so many affairs with various women that even the tabloids were tired of the stories. One of his mistresses, Cristiana Sinagra from Naples, gave birth to a boy who was later given the name of Diego Armando Maradona Junior. Even though the boy looked like him, Maradona never recognized him as his own and stubbornly refused to meet him until in 2003 when the boy confronted Maradona on a golf course and introduced himself.

In Naples, Maradona made even more dangerous friends. He was rumoured to be a permanent guest of the Dons of the Camorra, and that even his transfer (for the then stag-

gering \$7 million) was used to launder mafia money.

In 1991, a year after he broke the Italian dream of a world title, three simultaneous investigations were started against him for tax evasion, and the first positive test for cocaine led to a 15-month suspension. This was the beginning of the end of the best footballer of all time.

His only serious attempt to return to the top, at the World Cup Finals in 1994, was cut short by a new positive test, this time for ephedrine and other stimulants. Maradona broke down. The following years were a string of scandals (including the infamous shooting of journalists with an air rifle), orgies and short-lived comebacks, until finally, in 1997, Maradona hung up his football boots for good. In 2000, his vacation in the Uruguayan resort of Punta del Este ended in a month-long stay in the hospital's intensive care unit during which his life hung in the balance at least three times.

A WORRIED FIDEL CASTRO invited him for treatment in Cuba. At first, it looked as if this would help, but after returning home Maradona immediately reverted to his old cocaine and drinking habits. Finally, in 2004 the worst came – the crushed and frighteningly obese Maradona spend another 12 days in intensive care. Serious heart problems, two respiratory arrests, liver failure – his diagnosis looked like something out of a medical textbook. "In Diego's case it was not a matter of one disease – his whole system was about to fail. The fact that he survived is a downright miracle," his personal physician Alfredo Cahe said.

Dr. Cahe was just another example of Maradona's selfless nature. The two met when Maradona was 17 years old and needed an examination because of a weakness in his knees. The young man, still without a professional contract or salary, looked so undernourished that Cahe refused to charge him for the examination. "He never forgot this," the doctor said in an interview for the BBC. "Diego never forgot neither his roots, nor the people who helped him. In this respect his memory is fantastic."

THIS LAST AND CLOSEST NEAR DEATH EXPERIENCE in 2004 changed Maradona. He voluntarily agreed to undergo treatment in a psychiatric clinic in order to break the cocaine habit once and for all. "Here everybody



DIEGO: HIS PATH

1960: Born in Buenos Aires as the fifth child in the family.

1977: Made his debut for the national team. However, he was not included in the team for the World Cup 'in 1978, when Argentina won its first world title.

1982: At the World Cup Finals in Spain he was remembered for a red card, and Argentina was eliminated at an early stage. Signed a contract with Barcelona.

1984: Transferred to the modest Italian Napoli.

1986: Led Argentina to its second world title.

1987: Napoli won the first championship in its history.

1989: Maradona won the UEFA Cup with Napoli. He got married to his childhood sweetheart, Claudia Villafane. They already had two daughters, Dalma and Giannina.

1990: Argentina lost the World Cup Final to Germany after a long disputed penalty kick.

1991: Tested positive for cocaine and was suspended for 15 months, afterward transferred to Sevilla.

1994: Returned to the national team and led it to impressive victories against Greece and Nigeria, but before the match against Bulgaria he failed a drug test and was sent home.

1995: Attempts as coach in two second-rate teams, then returned as a player in Boca Juniors.

1997: Retired from football.

2000: Suffered a heart attack following habitual cocaine abuse.

2004: Second severe crisis, 12 days in intensive care, his weight reached 126 kg with a height of 165 cm.

2010: As manager, led Argentina to the quarterfinals of the 2010 World Cup. Eliminated by Germany (0:4)

2013: Maradona celebrated his 53rd birthday.

is mad," he complained during a telephone interview from the clinic. "One guy said he was Napoleon, but nobody believed him. I said I was Maradona and nobody believed me either." Maradona did indeed not look like himself at that time – a human wreck, abandoned by his old friends, and even by his wife Claudia, who in the end also lost her patience and got a divorce in 2003. But she never completely abandoned her husband with whom she had been together since 1976. In fact, it was Claudia who urged him to undergo gastric bypass surgery in Colombia in order to deal with his obesity. In a year and a half Maradona's weight dropped from 126 kg to 76 kg. Again it was his ex-wife who pushed him toward a new career as a television star. With producer Adrian Suar he created the talk show *La Noche del 10* (The Night of 10) – with Maradona as the presenter and Pele as his first guest (which put an end to the feud between the two regarding who is the number one of all time). Other guests included Antonio Banderas, Zinedine Zidane, Mike Tyson... With British pop star Robbie Williams they agreed that the Argentine women are fabulous, that George Bush is "an idiot and a murderer" and exchanged notes on their (broken) cocaine habits. The show scored a rating of 40 points, a record high in the history of Argentine television, started featuring 17 minutes of ads and making a \$2.5 million profit from each show. The icing on the cake was Maradona's interview with Fidel Castro – possibly somewhat chaotic, but extremely sincere.

The friendship with Castro and the former Venezuelan President Hugo Chavez changed Maradona's social standing. Today, the former disinterested reveller is a political activist, a fighter against imperialism and a defender of the downtrodden, as Chavez called him. "Everything that Fidel does, everything Chavez does, for me is the best," Maradona said.

Of course, in many respects, Maradona's views are almost childish naive. Emir Kusturica, who in 2008 presented his documentary film "Maradona" in Cannes, admitted that he had to cut out a lot of thoughtless statements (for example, "Pope John Paul II is a jerk"). "Diego is a terribly controversial figure and you have to get to know him very well to really like him," the film director said. But in the final analysis we know him well enough. ■

Неотъркани пътеки

Круиз в Карибите, плаж в Тайланд или мързеливо лято в Тоскана? Ако ви звучи банално, ето четири идеи как да избягате от тълпите за лятната ваканция



Текст КРИСТИНА НИГОХОСЯН / Фотография SHUTTERSTOCK, ТРИП КАВАРНА

НОВАТА ГРАДСКА ДЕСТИНАЦИЯ: Кълъмбъс, САЩ. Наричан често „Прерийната Атина“, този малък американски град (44 хил. жители) е имал честта да бъде платформа за изява на много световно признати архитекти. Ееро Сааринен, Ричард Майър, Робърт Вентури, Гунар Биркетс са само някои от имената, допринесли за характерния му облик. Но те нямаше и да са стъпвали в Кълъмбъс, ако не беше Джей Ървин Милър – местен индустриалец и основател на корпорацията Cummins. През 1957 точно той започва да привлича големите имена в съвременната архитектура и да им възлага изграждането на сградни училища. Инициативата се радва на такъв успех, че Милър решава да продължи с пожарната, жилищни и общински здания. До средата на 60-те години Кълъмбъс се е сдобил с 6 сгради в списъка на Националните исторически обекти, както и с повече от 60 други образци на новата архитектура. Впечатляващо за малко американско градче и подходя-

що място да се отбиеете, ако сте някъде на Източния бряг на САЩ.

НОВАТА ЧРЕВОУГОДНИЧЕСКА СТОЛИЦА: Тел Авив, Израел. Естествено, където и да попаднете в Близкия Изток, няма как да не похапнете вкусно. Тел Авив обаче се очертава като новата кулинарна столица в региона не само заради бързо развиващата се градска (и гастрономическа) култура, но и заради изобилието на морски дарове. Както казва една израелка „В Тел Авив рибните ресторанти са като риби в морето“. В ресторант Varvina ще се насладите на селекция от няколко свежи салати, преди да заситите глада с чудесни пържени калмари. Салатите са включени в цената на основното блюдо. Ако гържите на салатите, Shtsupak е вашето място – пробвайте тази с хаувер и яйца. Макар тези два ресторанта да са на крайбрежната улица, нищо не може да се сравни с Manta Ray, който ▶

Unbeaten Paths

A Caribbean cruise, a beach in Thailand, or a lazy summer in Tuscany? If you find these places too ordinary, here are four ideas about how to escape the crowds for your summer holiday

By CRISTINA NIGOHOSEAN / Photography SHUTTERSTOCK, TRIP KAVARNA

THE NEW URBAN DESTINATION: Columbus, USA. Often called “Athens of the Prairie”, this small American town (44,000 inhabitants) has had the honor to be the place of many world famous architects. Eero Saarinen, Richard Meier, Robert Venturi, Gunnar Birkerts are just a few of the names that contributed to the city's buildings. But, they would not have stepped foot in Columbus if it was not for J. Irwin Miller, a local industrialist and the founder of the Cummins corporation. It was he attracted the big names of modern architecture in 1957 and assigned them to build public schools. The initiative was so successful, that Miller decided to continue with the fire station and residential and municipal buildings. By the middle of the 1960's, Columbus already had six buildings listed among the National Historic Sites, as well as more than 60 other models of new architecture. This is impressive for a small American town, and is a suitable place to visit if you happen to be somewhere near the Midwest.

THE NEW CAPITAL OF GOURMANDS: Tel Aviv, Israel. Of course, where ever you go in the Middle East, you will certainly enjoy your food. However, Tel Aviv is emerging as the new culinary capital of the region, not just for its fast growing urban (and gastronomical) culture, but also for the abundance of sea fruit. As an Israeli woman put it, “Fish restaurants in Tel Aviv are like fish in the sea”. At the Barbania restaurant you will enjoy a selection of fresh salads before

you satisfy your hunger with some nice fried squids. The salads are included in the price of the main course. If you are more interested in salads, Shtsupak is your place – try the one with roe and eggs. Although these two restaurants are situated on the coast, nothing can compare to Manta Ray, which is virtually in the sea. While the waves splash your feet, take a plateau of sea fruit, the restaurant's speciality. To eat cheap and modest sea food, you should visit Goocha – it is always full and has no surprises.

THE NEW ADVENTURE TOURISM: The Northern Black Sea coast. The wilder part of the Bulgarian coastline offers more interesting ways to spend your summer holiday. One adventure is sea kayaking, which has been growing in popularity in recent years. You should try it north of Varna, in particular, because it has the most pristine nature and an extremely diversified coast that you are able to explore. Balchik offers a vivid fishing village, and to the north you will see a number of sheltered little bays. The really exotic scenery starts to the north of Kaliakra – odd high colored rocks, stony coasts, caves, tiny hidden beaches, and rock arches take you up to the village of Tyulenovo. Before you reach there, you will also pass the Yailata archeological reserve in the village of Kamen Bryag where you can see prehistoric cave-dwellings and Thracian sanctuaries.

THE NEW PIECE OF PARADISE: Madeira,



Portugal. You could spend a summer holiday in January here with average annual temperatures between 19° and 27°. However, you will not only enjoy the lovely climate of Portugal's most southern island. Although tourism is important for the local economy, Madeira does not experience large crowds of tourists, terrifying traffic or excessive construction. The local authorities have been wise enough to maintain the infrastructure and to implement strict rules about construction. The latter is of particular importance, because it is the extraordinary nature that attracts one million tourists every year, while remaining beautiful and nearly untouched. ■



Магеира / Madeira



Кълъмбъс / Columbus



**В Bosch Car Service
офертата за ремонт
звучи толкова добре,
колкото двигателят ми
след това.**



**Всичко, от което се нуждае
Вашият автомобил.**

Каяк по Северното черноморие
Black Sea Kayaking
Снимка: TripKavarna

► е буквално в морето. Докато вълните се плискат в краката ви, похапвайте плато морски дарове - хитът на забедението. За евтина и непретенциозна морска храна мястото е Гоосча – винаги е пълно и без неприятни изненади.

НОВИЯТ ПРИКЛЮЧЕНСКИ ТУРИЗЪМ:

Северното Черноморие. По-дивата част от българското крайбрежие предлага и по-диви начини за лятна почивка. Един от тях е морският каякинг, който в последните години става все по-популярен. А причините да го пробвате именно на север от Варна са почти непокътната природа и изключително разнообразния бряг, който да изследвате от морето. Местността около Балчик предлага колоритно рибарско селище, а на север ще зърнете няколко скътани заливчета. Истинската екзотика започва след Калиакра – високи скали в причудливи цветове, каменисти брегове, пещери, скрити мини плажове и скални арки ви очакват чак до района след село Тюленово. Преди това ще минете и покрай археологическия резерват Яйлата в село Камен бряг, където дори от морето може да видите праисторически пещерни жилища и тракийски светилища.



НОВОТО РАЙСКО КЪТЧЕ: Магеура, Португалия. Със средни годишни температури между 19 и 27 градуса, Магеура е мястото, където може да си устроите лятна ваканция и през януари. Благосклонният климат обаче не е единственото нещо, с което най-южният португалски остров ще ви спечели. Макар туризмът да е важен за тукашната икономика, Магеура няма да ви отврати с тълпи турис-

ти, ужасяващ трафик и презастрояване. Местните власти са били достатъчно мъдри, за да се позрижат първо за инфраструктурата и стриктното спазване на нормите за строителство. А последното е особено важно, защото именно изключителната природа е причината островът да посреща по 1 милион туристи годишно и да остава все така красив и почти непокътнат. ■



ДОБРЕ ДОШЛИ В ПЕРЛАТА НА ЮГОЗАПАДНА БЪЛГАРИЯ



Скъпи приятели,

Голямо удоволствие за нас е да представим четиризвездния Интерхотел Сангански – едно от най-красивите и топли места в България, известно с уникален климат, лечебни минерални извори и множество възможности за лечение и почивка. Тук може да се насладите

на въздуха, слънцето и разнообразието на луксозни СПА процедури. На разположение на нашите гости е един от най-големите балнео центрове за лечение и възстановяване на Балканите, в който може да се насладят на трите ни басейна с минерална вода и вълшебни терапии. С 285 уютни стаи и апартаменти, три тематични ресторанта, лоби бар и бар-басейн, ще допринесем да се почувствате приятно и достатъчно отпочинали, за да се насладите на ваканцията си.

Възползвайте се от нашите нови летни промоции – УИКЕНД И СПА и СЛЪНЧЕВО ЛЯТО.

Очакваме Ви на тел. ++359 746 31165,
e-mail: reservations@ihsand.com
или www.interhotelsandanski.bg

For more information contact us at:
++ 359 746 31165, e-mail: reservations@ihsand.com
or visit our website: www.interhotelsandanski.bg



WELCOME TO THE PEARL OF SOUTHERN BULGARIA

Dear guests,

It is a great pleasure to present the 4**** INTER-HOTEL SANDANSKI - one of the most beautiful and warm places of Bulgaria, famous with unique climate, healing mineral springs and a lot of possibilities for curing and relaxation. Here you can enjoy the air, the sun and varieties of luxury SPA procedures. We offer one of the largest medi-

cal centers for treatment and rehabilitation on the Balkans and three mineral water swimming pools. With 285 cosy rooms and suites, three restaurants, lobby bar and pool bar, you will feel comfortable and relaxed enough to appreciate your vacation.

Take advantage of our new summer promotions – WEEKEND SPA SUMMER and SUNNY SUMMER.

В куфара на Рафал Валентинович



In the Suitcase of Rafal Walentynowicz

Рафал Валентинович е генерален мениджър на Renault-Nissan България, преди това е работил за компанията във Франция, Индия и Иран. Нещата, с които не се разделя при почти непрекъснатите си пътувания:

Риза и вратовръзка от Van Laack: често ми се е случвало чекираният ми багаж да се загуби или да закъснее. И понеже обикновено пътувам по работа, трябва винаги да съм готов за срещите на другия ден.

Пътнически комплект: винаги се опитвам да съм подготвен за най-лошото, а няма по-лошо от това да се озовеш с температура в хотел в Мумбай, да речем, и да нямаш лекарство у себе си.

Слушалки Bose: ползвам ги при дълги полети, за да слушам музика от моя iPad или да гледам телевизия. А също и за конферентни телефонни обаждания.

Тапи за уши Quies: Трудно спя в хотели и понеже ми се налага почти всяка седмица, трябва да съм сигурен, че поне шумът няма да ме смущава.

Колонки Bose: Много обичам да си пускам музика в хотела – създава уютна, домашна атмосфера.

Пътнически адаптор Mulberry: Никога не знаеш къде ще спре самолетът ти, затова трябва да си подготвен за всякакви условия.

Възглавничка Tempur: Понеже пътувам много, се мъча да си осигуря колкото е възможно повече удобство в самолета и хотела. С тази възглавничка мога да погремна и да си почина, където и да съм. ■



Rafal Walentynowicz is the General Manager of Renault-Nissan Bulgaria. He previously worked for the company in France, India and Iran. The things he always takes with him during his almost non-stop traveling:

Van Laack shirt and tie: It has happened several times that my checked-in luggage is lost and arrives late at the final destination. As I usually go on business trips, I need to always be prepared for next day meetings.

Smart Travel Kit: I always try to be prepared for the worst and there is nothing worse than getting stuck with fever in a hotel in Mumbai, for example, and not having any medicine with you.

Bose Headphones: I use them for the long haul flights to connect to my iPad and listen to music or watch TV shows, as well as for conference calls during my business trips.

Quies Earplugs: I have difficulties sleeping in a hotel and since it happens almost every week, I need to ensure that I can sleep calmly without any noise pollution.

Bose Speakers: I really like to listen to music in my hotel room, as it creates a more homey and relaxing atmosphere.

Mulberry Travel Adaptor: You never know where your plane will stop, so you should try to be prepared for all conditions.

Tempur Neck Pillow: I travel a lot, so I try to create as much comfort as possible during my flights and hotel stays. This pillow gives me the opportunity to sleep well and relax, no matter where I am. ■

Sams^onite

BY YOUR SIDE



SKYGYM

BEAUTY & SPORT

ФИТНЕС | САУНА | МАСАЖ



гр.София, бул."Брюксел" 1, сградата на Bulgaria Air, моб.: +359 887 747 709, моб.: +359 886 778 195



FEEL GOOD
www.skygym.bg

В пълен разцвет

Няма нищо революционно в десените на цветя за лятото. Този сезон обаче дизайнерите са в особено романтично настроение

Текст КРИСТИНА НИГОХОСЯН



Дефилетата за сезон пролет/лято 2014 приличаха на градинско изложение - рози, камелии и макове разцъфтяваха върху грехи, обувки и дори като венци на главите на моделите. Някои се появяваха само като акцент (при Dries Van Noten), други пък покриваха буквално всички елементи от тоалетите (при Dolce & Gabbana). Не липсваха и по-нетрадиционни решения като Christian Dior и Marni, които заложиха на фини флорални бродерии или на открито абстрактни цветни десени.

Масовата мода не закъсня - цветя нацъфтяха по роклите на Zara, H&M и почти всяка друга популярна верига за грехи и аксесоари. Може да ги откриете дори по платнените обувки, които се продават на сергийте край Женски пазар.

Изглежда, че няма нищо по-лесно от това да се премените в актуалния флорален шамп. В него обаче ви дебнат и немалко клопки. Ето как да ги избегнете:

- Когато смятате да се премените в

риза или топ на цветя, не се чувствайте длъжни да съчетаете останалата част от тоалета с някои от цветовете на блузата си. Заложете на тъмна семпла пола или пък бели джинси. Прекалено многото цветове ще стоят евтино.

- Не прекалявайте с аксесоарите - ограничете се до чанта и, в краен случай, чифт обеци. В противен случай ще убиете ефекта от цветята и ще се изгубите в прекалено много детайли.

- Същото важи и за грима. Бледи устни и малко руж са перфектният "придружител" на цветята. Яркото червило минава за аксесоар, така че си спестете други такива, ако изберете него.

- Не рискувайте с тоалет от две части на цветя, освен ако не сте майстор в рисковите съчетания. Същото важи и за комбинирането на флорален и графичен принт в един ден. Ако все пък искате да сте гръзко облечени, нека цветовете на принтовете, които съчетавате, да са от една гама.

- Ако романтичните макове или ярките рози ви допадат, но не се чувствате комфортно да изглеждате като цъфнала леха, има решение. Изберете чанта на цветя или пък обеци с маргаритки - ще бъдете в тенденциите, без да изневерите на себе си.

- Заложете на изчистена линия и гребен флорален принт, ако работите в офис. Откажете се и от всякакви прекалено момичешки елементи като волани, панделки и дантели. Избягвайте неоновите цветове, колкото и да са актуални. Затова пък цъфнали цветя на черен или тъмносин фон стоят доста по-строго и "работно" от такива на светъл.

- Флоралният тренд съвсем не е актуален единствено за дамите. В мъжките колекции има достатъчно ризи, бермуди и кецове на цветя, от които и господата да се възползват. Правилата са почти същите - ако ще носите тишърт с хавайски цветя, нека останалата част от тоалета ви да е в неутрални тонове. ■

In Full Bloom

There is nothing revolutionary about floral prints this summer. This season, however, designers are in a particularly romantic mood

By CHRISTINA NIGOHOSSYAN

The fashion shows for the Spring/Summer 2014 season looked like a garden exhibition – roses, camellias and poppies bloomed on clothes, shoes and even as wreaths on the top of models' heads. Some appeared only as an accent (Dries Van Noten), others, however, literally covered all the outfit's elements (Dolce & Gabbana). More untraditional styles, like Christian Dior and Marni, were also present, emphasizing fine floral embroideries or truly abstract floral prints.

Mass fashion did not lag behind – flowers bloomed on Zara, H&M and almost any other popular clothes and accessories chains' dresses. You can find them even on the canvas shoes they sell in the street-stalls near the "Women's Market" in Sofia.

It seems that nothing is easier than dressing in the trendy floral print. There are quite a few traps, though. This is how you can avoid them:

- When you are thinking of in dressing in a floral blouse or a top, do not feel like you have to combine the rest of your outfit with some of the colors in your blouse. Rely on a dark plain skirt or white jeans. Too many colors can look cheap.

- Don't overdo the accessories – limit yourself to a handbag and, if worse comes to worst, a pair of earrings. Otherwise you will kill the effect of the flowers and you will get lost in too many details.



- The same applies to make-up. Pale lips and a little face powder are the perfect "flower companion". A bright lipstick is considered an accessory, so save yourself and do not apply it.

- Do not take a risk with an outfit with two floral parts, unless you are a master of bold combinations. The same applies to the combination of florals and graphic prints. If you still insist on being dressed boldly, the colors of the prints you combine should be of the same tonality.

- If romantic poppies or bright roses appeal to you, but you do not feel comfortable looking like a blooming flower-bed, there is a solution. Choose a floral bag or earrings with daisies – you will be following the trend without betraying yourself.

- Rely on a simple line and small floral prints if you work in an office. Give up any details that are too girlish, such as flounces, ribbons and lace. Avoid neon colors, no matter how fashionable they are. However, blooming flowers against black or dark blue skirts or pants look "more business-y" than against a light ones.

- The floral trend is not hip only for the ladies. In men's collections there are a lot of floral shirts, shorts and sneakers. The rules are almost the same – if you are going to wear a floral Hawaiian t-shirt, the rest of your outfit should be neutral tones. ■



Клиниката е отличена със "Златен печат" и почетна значка "Златна книга" за европейски мениджмънт в заревопазването.

Импланти, избелване, фасети, циркониеви конструкции и още ... на www.eo-dent.com

11 години EO Dent

Подарете си красива усмивка - Силвестър Сталон вече го направи в нашата клиника!

Преобразихме усмивките в **ИЗМЕНА ПРОМЯНА**

София, Изгрев, ул. „Св. П. Зографски“ 16, 02 4837072, 0884454577
 София, Изгрев, бул. „Арсеналски“ 11, 02 9630309, 0885003706
 София, Луизи, бул. „З. Стоянов“, бл. 417, 02 9270818, 0886097405
 Перник, ул. „Черешова топча“ 2, 076 601800, 601900, 0886097401
 Перник, Изток, бул. „Ю. Гагарин“, бл. 35/37, 076 672100, 0886097403
 Мобилен зъболекарски кабинет: 0886 466 166
 e-mail: info@eo-dent.com www.eo-dent.com EO Dent



The clinic has been awarded "Golden stamp" as well as the honourable badge "Golden book" for European Management in Healthcare.

Dental implants, teeth whitening, dental veneers, zirconium teeth and a lot more ... at www.eo-dent.com

11 years EO Dent

Give yourself a beautiful smile - Silvester Stallone already did it in our clinic!

We changed the smiles in **Extreme MAKEOVER**

София, Изгрев, 16, Ст. П. Зографски стр., +359 2 4837072, +359 884454577
 София, Изгрев, 11, Арсеналски Blvd., +359 2 9630309, +359 885003706
 София, Луизи, 417 бл., З. Стоянов Blvd., +359 2 9270818, +359 886097405
 Перник, 2, Черешова топча стр., +359 76 601800, 601900, +359 886097401
 Перник, Изток, 35/37 бл., Ю. Гагарин стр., +359 76672100, +359 886097403
 Мобилен зъболекарски кабинет: +359 886 466 166
 e-mail: info@eo-dent.com www.eo-dent.com EO Dent



ЧАЙ В ПУСТИНЯТА

Открити случайно и дълго ползвани като лекарство, гнес листенцата на *Camellia Sinesis* са малкото нещо, които сплотяват цялата планета

Текст ЯСЕН БОРИСЛАВОВ / Фотография АРХИВ

През следващите десетилетия кафето може чувствително да поскъпне и да стане луксозна стока. Тази мрачна прогноза е направена в последния доклад на ООН за промените в климата. Анализът е доста обемист, прецизен и се прави веднъж на седем години, като обединява усилия на учени от цял свят. Заради климатичните промени производството на кафе в някои водещи страни като Мексико и Етиопия е спаднало значително. Ако прогнозата наистина се сбъдне, в бъдеще може да се очаква засилен интерес към чая.

МИСТИЧНАТА ИЗТОЧНА НАПИТКА, приготвена от фините листенца на чаен хвост (Camellia sinensis) със сигурност заслужава това внимание - не само заради обогатяващия си вкус и многобройните здравословни ползи, но и заради нейната дълга и интересна история, обилно напастена с религиозни и светски ритуали, култура, икономика и политика.

Като всеки продукт с дълга история и обширна география, произходът на чая е обгърнат от различни легенди. Според най-популярната той е открит случайно преди около 5000 години от китайския император Шен Нун. По време на някакво пътуване, докато преварявал вода за пиене, в чашата му паднали някакви листенца. Императорът харесал новия вкус. Така бил открит чаят и през следващите векове му било писано постепенно да се настани в бита и културата на Изтока и Запада, да стане източник на възхищение, на естетически и философски прозрения или повод за войни и политически външения.

ИЗПОЛЗВАН ПЪРВОНАЧАЛНО КАТО ЛЕКАРСТВО, около II - I век преди Христа той вече е бил търговска стока, а след VIII век станал широко разпространена напитка в Китай. По същото време бил познат в Корея, Индия и Япония, но оставал затворен сред социалния слой на будистките манастихи. Разпространението му на запад явно е било необратим процес. В Западна Европа се е появил към края на XVI век и неговите първи медиатори били холандски и португалски моряци. В Англия сигнал около средата на XVII век, но тук му предстояло да играе важна роля в живота на гържавата. Той твърде бързо завладял не само високите социални слоеве, но и простолудие. Между 1699 и 1708 вносът се увеличил шест пъти - от 40 000 на 240 000 фунта годишно, което предопределило не само ритуалното му присъствие във всекидневие, но и сериозната му роля в икономиката и политиката.

“Тази възхитителна напитка примирява мъжете с трезвеността”, отбелязва английският свещеник Джон Овингтън (XVIII

век). “Щастлив съм, че не съм се родил преди чая”, казва неговият колега и съвременник Сидни Смит. Вероятно без него Англия щеше дълго да тъне в онова безметежно пиянство, познато от някои картини на Уилям Хогарт. “Какъв довереник стана чайникът, откакто това нежно растение навлезе сред нас, колко треперещи устни са се успокоявали от него”, пише Уилям Текери.

КАТО ВСЯКО НОВОВЪВЕДЕНИЕ чаят освен възторжени почитатели имал и своите противници. През 1756 английският пътешественик Джоунас Хенуей публикувал “Есе за чая, разглеждан като вреден за здравето, пречка за индустрията и водещ до осиромашаване на народа”, в което пише, че от него мъжете губят откъм осанка и привлекателност, а жените - откъм красота. Тази странна оценка едва ли би се запомнила, ако същият човек не беше свързан с още нещо типично британско. Твърди се, че точно той е занесъл първия чагар в Лондон от Персия.

За кралица Виктория се разказва как, преди да навърши пълнолетие, трябвало да спазва пуританските капризи на някаква гувърнантка, която смятала чая и четенето на вестник “Таймс” за сатанински занимания. Миг след коронацията си младата кралица си поръчала чаша чай и последния брой на вестника. Първите ѝ гуми след това били: “Сега знам, че наистина управлявам.”

“Колкото и странно да звучи, до днес човечеството си е гало среща само в чашата чай. Това е единствената азиатска церемония, която заслужено се радва на всеобща почит. Белият човек се насмива над нашата религия и нрави, но без колебание е приел кафеникавата течност”, пише преди един век японецът Какудзо Окакура в своята “Книга за чая”. Според него чаизмът (културата към чая) представлява истинския дух на източната демокрация, а церемонията около неговото приготвяне, поднасяне и пиене е израз на една морална геометрия, доколкото определя нашия усет за пропорция спрямо вселената. Чаят, допльва Окакура, е лишен от арогантността на виното, от стеснителността на кафето и престорената невинност на какаото.

Чаят е станал универсална напитка, към която Изтокът и Западът са еднакво привързани

ИСТИНСКАТА ЧАЕНА ЦЕРЕМОНИЯ (чаго) в Япония продължава около четири часа и освен пиене на чай включва и хранене. Самата церемония носи дух на смирение и насочва вниманието на гостите върху красотата на прости неща като светлината, звука на водата, пламъка на гървените възлени, изработката и рисунките върху чайника или чашите. Разговорите се въртят около такива теми. Приказки за политика или разни битови грами са изключени. Мистичната съзерцателност, която определя аурата на чая на изток, на запад е поменена от рационалност и прагматизъм.

Така чаят е станал универсална напитка, към която Изтокът и Западът с течението на времето са се оказали еднакво привързани, но са разтворили в него своето различно отношение към света и живота. В Китай и Япония той е център на една многопластова култура, натоварена с философско-религиозни и етико-естетически външения. В Англия той дава ритъм на деня чрез ясно разграничаване на интервалите между сутрешния, обедния, следобедния (five o'clock) и вечерния чай. Освен това е превърнат в център на една социална координатна система и мярка за дистанция според това къде си поканен и къде няма да бъдеш поканен на чай. Употребата му е обвързана с капризна етикетация - чайникът се държи с три пръста, чашата се вдига заедно с чиницата, разбърква се безшумно, първо се налива чаят, а после мляко, но преди това се слага захарта и то на бучки, лимонът се нарязва на тънки филийки и така нататък. Спазването или нарушаването на тези правила влияе върху посоката на движение и скоростта на социалния асансьор.

В Русия чаят е родил самовара като битов знак не просто на семейната и гостоприемна хармония, но и на онази неподвластна на точни дефиниции психическа нагласа, която писателите наричат руска гуша. В Ориента чаят е мярка за гостоприемство и благополучие.

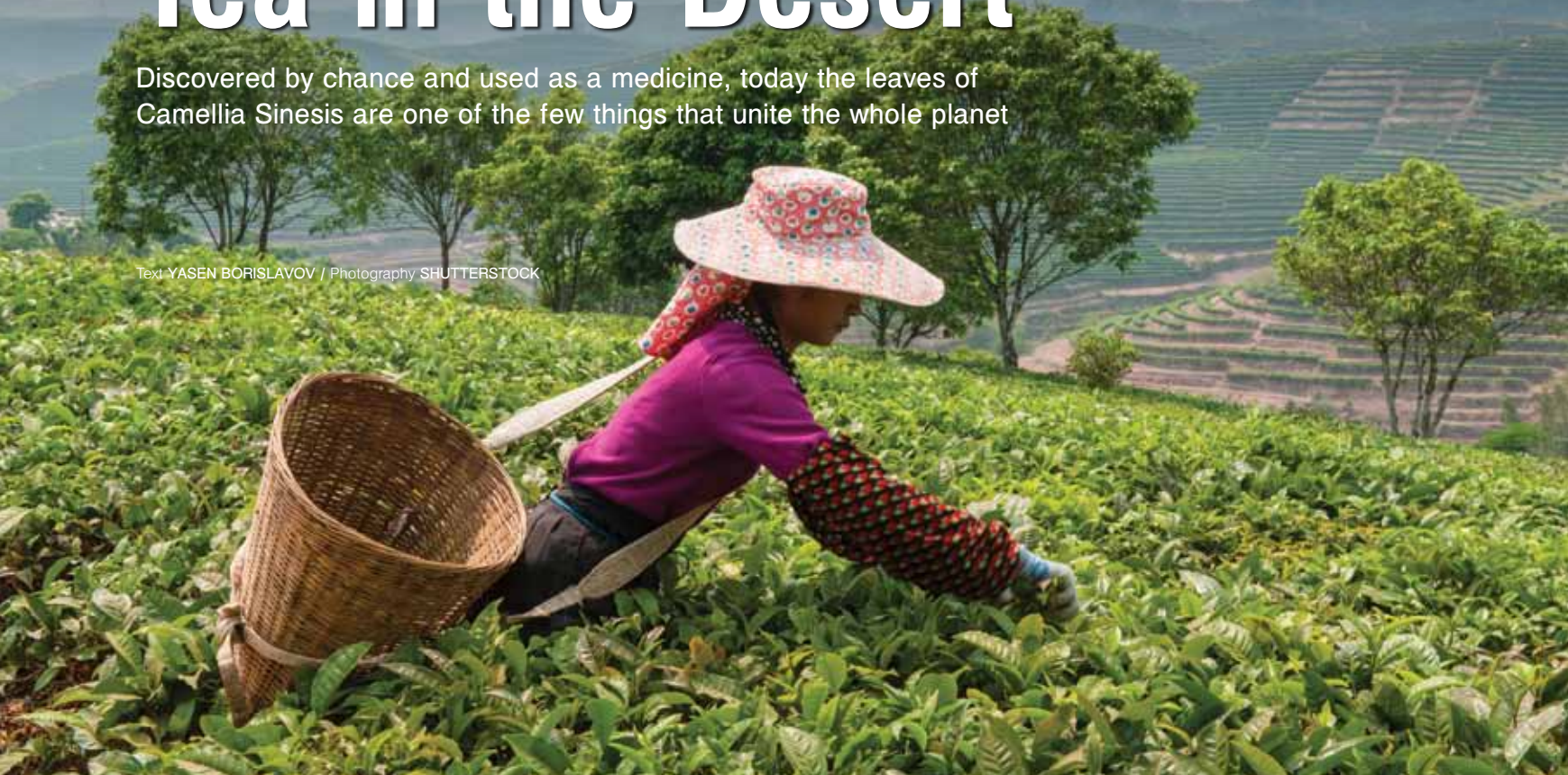
ТАКА НАРЕЧЕНИТЕ "ОПИУМНИ" ВОЙНИ между 1840 и 1860 всъщност са били чаени войни. По това време британската икономика вече е била силно зависима от тази китайска стока, а търговията предполагала пренасяне на огромни суми по море, което от една страна било рисковано, а от друга, можело да предизвика финансов колапс. Източноиндийската компания намерила решение, като създавала плантации за опиум в Индия и превърнала този продукт в разменно средство при търговията с чай. Китайските императори опитали да предпазят своите поданици от коварството на европейските “дяволи”, но опитите им ги изправили пред дулата на английски и френски оръдия.

По време на Опиумните войни се ▶

Tea in the Desert

Discovered by chance and used as a medicine, today the leaves of *Camellia Sinesis* are one of the few things that unite the whole planet

Text: YASEN BORISLAVOV / Photography: SHUTTERSTOCK



It is possible that coffee will become considerably more expensive in the next decades and a luxury product. This gloomy prognosis was made in the last UN report on climate change. The analysis is quite large, precise and is completed once every seven years by uniting scientists from all over the world. Due to climate change, coffee production in some leading countries, such as Mexico and Ethiopia, has decreased considerably. If the forecast really is true, we might expect a growing interest toward tea in the future.

THE MYSTICAL EASTERN DRINK, prepared from the fine leaves of the tea plant (*Camellia Sinesis*) surely deserves this attention – not only because of its refreshing taste and numerous health benefits, but also because of its long and interesting history, its abundant use with religious and secular rituals, and its place in culture, economics and politics.

Like any other product with an ancient history and extensive geography, there are different legends about the origin of tea. According to the most popular legend, it was discovered by chance about 5,000 years ago by the Chinese Emperor Shen Nung. During a journey, while boiling potable water, some leaves fell in his cup. The emperor liked this new taste. Thus, tea was discovered and in the following centuries it became part of the life and culture of the East and West, and has become a source of inspiration, of aesthetic and philosophical insights, and the reason for wars and political unrest.

INITIALLY USED AS MEDICINE in the 2nd -1st century BC, it was already a commercial good and after the 8th century it became the most wide-spread drink in China. At the same time, it was known in Korea, India and Japan, but remained a secret in the social circle of the Buddhist monks. Its distribution toward the West was obviously an irreversible process. In Western Europe it arrived at the end of the 16th century and its first mediators were Dutch and Portuguese sailors. It came to England around the middle of the 17th century, but here it was going to play an important role in people's lives. It quickly conquered not only the high social circles, but also the common people. Between 1699 and 1708, import increased six fold, from 40,000 to 240,000 pounds annually, which predetermined not only the ritual presence in everyday life, but also its serious role in economy and politics.

"This delightful drink reconciles men with sobriety", the English chaplain John Ovington (18th century) pointed out. "I'm happy I wasn't born before tea", his colleague and contemporary Sydney Smith said. Without it, England would probably live in that uneventful drunkenness, known from some paintings by William Hogarth, for a long time. "The teapot has become such a trusted friend since this tender plant started living with us. So many tremulous lips have been calmed by it", William Thackeray wrote.

LIKE ANY OTHER INNOVATION, besides

enthusiastic fans, tea had its opponents as well. In 1756, the English traveler Jonas Hanway published "Essay on Tea", where he wrote that tea was "harmful to health, an obstacle for the industry and leading to people's impoverishment". He also thought that it was the reason that men lost their figure and attractiveness, and women lost their beauty. This strange evaluation would hardly be remembered if the same person were not connected to something typically British. It is claimed that he took the first umbrella to London from Persia.

They say that Queen Victoria, before coming of age, had to observe the Puritan whims of a nanny who considered tea and reading *The Times* satanic activities. A moment after her coronation the young Queen asked for a cup of tea and the last issue of the newspaper. Her first words after that were, "Now I really know I'm ruling".

"As strange as it may sound, to this day mankind has met only in a cup of tea. This is the only Asian ceremony that deservedly enjoys universal respect. White man mocks our religion and manners but without hesitation has accepted the brownish liquid", the Japanese Kakuzo Okakura wrote a century ago in his "Book of Tea". According to him, teaism (cult of tea) is the real spirit of Eastern democracy and the ceremony around its preparation, serving and drinking is an expression of a moral geometry, as far as it defines our sense of proportion toward the universe. Tea, Okakura added, is derived from the arrogance of wine, the shyness of ►

► coffee and the pretended innocence of cocoa.

THE REAL TEA CEREMONY (Chado) in Japan lasts about four hours and besides drinking tea, it includes eating as well. The ceremony brings a spirit of humbleness and directs the guests' attention to the beauty of simple things like light, the sound of water, the flame of the charcoal, the make and drawings on the teapot or the cups. Conversations revolve around these topics. Talk of politics or everyday life are not permitted. Mystical contemplativeness that defines the aura of tea in the East, in the West it is replaced by rationalism and pragmatism.

Thus, tea became a universal drink that the East and the West, as well, gradually became equally fond of over time, but with their different attitude toward life and the world. In China and Japan it is the center of a diverse culture loaded with philosophical-religious and ethical-esthetic suggestions. In England it gives the rhythm of the day through a clear distinction of the intervals between morning, lunch, 5 o'clock and evening tea. Besides, it has been turned into the center of a social coordinate system and a measurement of distance in accordance to where you would and would not be invited to tea. Its consumption is linked with a whimsical etiquette: the teapot is held with three fingers, the cup is lifted together with the saucer, it is stirred quietly, tea is poured first, then the milk, but before that sugar is added – lump sugar – the lemon is cut in thin slices and so on. Observing or breaking those rules influences the direction and the speed of the social lift.

In Russia, samovar was born as a life sign, not only of the family and spiritual harmony, but also of the mental state, free of definitions, known as Russian Soul. In the Orient, tea is a measurement of hospitality and prosperity.

THE OPIUM WARS between 1840 and 1860 were, in fact, tea wars. At that time, the British economy was significantly dependent on this Chinese good and trade suggested transporting huge amounts by sea, which was risky on the one hand, and could cause a financial collapse on the other. The East India Company found a solution by making opium plantations in India and turned this product into a medium of exchange in tea trade. The Chinese emperors tried to protect their subjects from the insidiousness of the European "devils", but their attempts left them at the gun point of English and French cannons.

During the Opium Wars, the British 5 o'clock tea ritual appeared. It happened in the sitting-room of Anna, the Duchess of Bedford. In the afternoon the noble lady felt hungry and tea with sandwiches and pastry was something like a bridgehead to dinner. Initially they served it at 4 o'clock, not at 5 o'clock.

England lost its colonies in America because of tea. The famous Boston Tea Party in December 1773 was a prelude to the American Revolutionary War. The then furious Bostonians threw 227 tons of tea in the harbor in protest of



Tea became a universal drink that the East and the West gradually became equally fond of

the impossibly high taxes imposed by London. Thus, America chose freedom over drinking expensive tea.

THE PLEASURE OF TEA IS CONNECTED to a few rules. The first rule is good tea. There are dozens of kinds with different origins, picking times, production technology, and the nature of the blend. For the sake of convenience, they are systemized in several groups. For green tea, the leaves are dried without fermentation, while black tea's taste is achieved by fermentation. There are partially fermented kinds, such as oolong, yellow, red, and white. The terms Darjeeling, Assam and Orange Pekoe refer to origin, and English Breakfast, Princes of Wales, Earl Gray are the names of blends. The right choice is a matter of taste. Lighter teas have a finer aroma and a good black tea is actually light, just as the leaves of the good green tea look as if they were covered with white pollen.

The second rule is you must have a China teapot with a lid and a volume of about 500 milliliters, if it is just for one person. About 2 grams (teaspoon and a half) of tea are added for each cup. The water must be fresh and the temperature is essential. For green tea the suitable water temperature is between 70 and 80 degrees Celsius, but for black teas it should be 90 degrees. It takes about 2-3 minutes to make that perfect cup. ■

► ражда и британският ритуал five o'clock. Това е станало в салоните на Ана, дуке-сата на Бедфорд. Следобед благородната гама оглажнявала и чаят със сандвичи и сладки бил нещо като предмостие към вечерята. Първоначално го поднасяли в четири, а не в пет часа.

Заради чая Англия загубила своите колонии в Америка. Известното "Бостънско пиене на чай" през декември 1773 е прелюдия към Войната за независимост. Тогава гневните бостънци потопили 227 тона чай в пристанището заради непосилно високи данни, наложени от Лондон. Така прег перспективата да пие скъп чай Америка избрала свободата.

УДОВОЛСТИЕТО ОТ ЧАЯ Е СВЪРЗАНО с няколко правила. Първото е хубав чай. Има десетки разновидности според произхода, времето за бране, технологията на производство и характера на бленда. За удобство са систематизирани в няколко групи. При зеления чай листенцата са изсушени, без да ферментират. При черния характерът на вкуса е постигнат чрез ферментация. Има и частично ферментирани междинни видове като oolong, жълт, червен и бял. Понятия като Darjeeling, Assam и Orange pekoe означават произход, а English breakfast, Princes of Wales, Earl Gray са наименования на блендове. Правилният избор е въпрос на вкус. По-светлите чайове имат по-фини аромати, а хубавият черен чай всъщност е светъл, както и при хубавия зелен листенцата стоят като поръсени с бял прахец.

Второто условие е порцеланов чайник с капаче и обем около 500 милилитра, ако сам ще си го пиете. За всяка чаша се поставят около 2 грама (чаена лъжичка и половина) чай. Водата трябва да е прясна, като температурата е от особено значение. При зелените чайове подходящата е между 70 и 80 градуса, а при черните – около 90. Времето за запарване - около 2-3 минути. ■

Нова колекция от Samsonite

Практичност и индивидуална грижа за нуждите на всеки пътник: това е есенцията в новата колекция багажи на Samsonite според Светломир Пандазиев, търговски директор на марката за България.

Безспорно бижото в новата колекция на Samsonite е „неразрушимият“ Lite-Locked. Той притежава силата и гъвкавостта на предшествениците си, изработени от кевлар (Cosmolite и Firelite), но към тях е добавена твърда рамка с триточково заключване. Истинското предизвикателство до момента бе да се създаде куфар, който да е едновременно лек и да притежава неувязимостта на твърдата рамка, която да замени затварянето с цип при предходните модели. При Lite-Locked това е факт, а ръчният багаж от серията може да се похвали с удивителните 1.9 kg тегло!

Друго полезно решение предлага серията ръчни багажи Ultimate Cabin. Този модел е изработен от олекотен поликарбонат, но въпреки твърдия корпус е предвиден много полезен преден джоб за лаптоп или таблет, който да улесни чекването ни и същевременно да спести неудобството от отварянето на основното отделение на куфара. Друга тенденция е богатото разнообразие от размери при ръчните багажи, така че клиентът да намери оптималния размер в зависимост от изискванията на авиокомпанията, която ползва. Освен най-популярния размер 40x55x20, приеман от "България Ер", се предлагат и по-малки, като 35x55x23 (Air France, Alitalia, KLM).

За любителите на планината и спортния дух пък са моделите от серията Paradiver, с които гарантирано ще се почувствате истински авантюристи.



НОВАТА КОЛЕКЦИЯ на Samsonite можете да откриете в магазините на официалния представител или на www.samsonitebg.com

Център по дентална медицина Свети Георги

ул. Константин Иречек 20, София, България
тел. 02/954 47 83, тел./факс 02/952 41 94
моб. тел.: 0886 129 213, 0898 526 082
e-mail: dc_st.george@abv.bg

Ако имате два свободни дни в София, идете на зъболекар дори да смятате, че не ви е необходимо. Повечето българи, които живеят в чужбина, редовно се прибират с единствената цел да си лекуват зъбите в България, където стоматолозите не само се справят доста добре, но и за по-малко пари.

В денталния център на д-р Цалов, специализирал ендодонтия, парадонтология и имплантология в Австрия, Италия, Швейцария и Франция, може да получите и козметични услуги. Една от възможностите е да си избелите зъбите по най-популярните в Европа технологии или просто да си направите профилактичен преглед. Новост в центъра е лечението с лазерен апарат без болка и без анестезия.



If you have a couple of days to spare in Sofia then you should visit a dentist – even if you don't think you need to. The majority of Bulgarians who live abroad regularly return with the single aim of having their teeth taken care of in a country where the dentists not only perform a very decent job, but also charge a lot less. At Dr. Tsalov's Dental Services Centre you can also have cosmetic treatments. Dr. Tsalov has studied endodontics, parodontology, and implantology in Austria, Italy, Switzerland and France. Therefore, you will have the opportunity to have your teeth whitened with the latest European technology, or simply have a check-up.

Laser treatment, which is performed without anesthesia and is completely painless, is one of the centre's more novel procedures.

St. George Dental Services Centre

20 Konstantin Irechek Str., 1000 Sofia, Bulgaria
phone: +359 2/ 954 47 83, phone/fax: +359 2/952 41 94
cell phone: +359 886 129 213, +359 898 526 082
e-mail: dc_st.george@abv.bg



ЦКБ Сила

пенсионноосигурително
акционерно дружество

представя

"Най-доброто
за нас може да
предстои"

"За дните,
изпълнени
със свободно
време"

"Няколко
истории,
в които всеки
иска да
участва"

"Мечтите
нямат
възраст"



НЕОБИЧАЙНИТЕ ПЕНСИОНЕРИ



Всяка възраст има свои емоции. Предвкуси ги днес. Изживей ги, когато им дойде времето.

ИЗБЕРИ ПОАД „ЦКБ-СИЛА“: ПЪРВОТО РЕГИСТРИРАНО В БЪЛГАРИЯ ПЕНСИОННООСИГУРИТЕЛНО ДРУЖЕСТВО
ПРЕЗ ФЕВРУАРИ 1994 Г. ЛИЦЕНЗИРАНО ОТ КФН. КЪМ 31.12.2013 Г. – С НАД 396 ХИЛЯДИ КЛИЕНТИ И 660 МИЛИОНА ЛЕВА
УПРАВЛЯВАНИ НЕТНИ АКТИВИ (ДАННИ НА КФН WWW.FSC.BG).

ИЗПЛАЩА ПЕНСИИ ОТ ДОБРОВОЛЕН ПЕНСИОНЕН ФОНД ОТ МАРТ 1996 Г.

*ПОСЧЕНИТЕ РЕЗУЛТАТИ НЯМАТ ПО НЕОБХОДИМОСТ ВРЪЗКА С БЪДЕЩИ РЕЗУЛТАТИ.

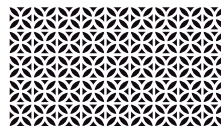
С грижа за Вас!

1000 София, ул.Стефан Караджа 2, клиентски център - тел.: 0700 11 322, e-mail: office@ccb-sila.com, www.ccb-sila.com

Golden Nero

София, бул. Витоша 180
(+359 887097171, +359 898490885)
www.goldennero.com

GOLDEN NERO



Мечтаете ли да се върнете в любимото си ресторантче из тесните улички на Флоренция или Верона, без да пътувате до Италия? Искате ли да опитате вкуса на типичната италианска кухня? Това може да ви се случи в сърцето на София, на бул. Витоша, в клуб „Golden Nero“.

Усмивнатият италианец Chef Ennio ще ви посрещне като скъпи приятели, ще ви накара да се почувствате като у дома си и ще ви изкуши с безброй предложения – прясна паста и лазаня, пица, италиански наденички на гървени въглища, разнообразна средиземноморска кухня и фантастични домашни десерти. Каним ви на чаша вино пред камината или да опитате обедното ни меню, което всеки ден ще ви изненада с нови предложения от българската и интернационалната кухня. За ценителите на истинския, натурален вкус имаме Bio предложения – здравословна храна от свободно отглеждани животни в района на Родопите.



Golden Nero

Sofia, 180, Vitosha Blvd.
(+359 887097171, +359 898490885)
www.goldennero.com

Do you dream of going back to your favorite restaurant along the narrow streets of Florence and Verona without travelling to Italy? Would you like to taste typical Italian cuisine? It can happen in the heart of Sofia, on Vitosha Boulevard, at the Golden Nero.

The smiling Italian Chef Ennio will welcome you as a dear friend, will make you feel at home and tempt you with countless suggestions – fresh pasta and lasagna, pizza, Italian sausages prepared on charcoal, diverse Mediterranean cuisine, and fantastic home-made desserts. We invite you to sip a glass of wine in front of the fireplace or to try our lunch menu, which has new surprises everyday with options from Bulgarian and international cuisines. For the connoisseurs of real, natural taste we have Bio suggestions – healthy food from free range animals from the Rodopi Mountains of Bulgaria.

Ресторант Табиет

Emotional taste.

София, кв. Лозенец, бул. Джеймс Баучер 76
Тел.за резервация :02 /969696, 0888 300 304
www.tabiet.com

Още с влизането ще забележите, че в ресторант „Табиеет“ са се справили с нелеката задача да комбинират изключително елегантна обстановка с усещането за почти домашен уют. За това до голяма степен допринася усмивнатият персонал, който от вратата ще ви накара да се чувствате като чакани и желани гости.

Заради доброто разпределение, заведението е еднакво подходящо за делови обяд, фирмено парти, семейна вечеря или изпиване на по чаша вино с приятел.

Разбира се, акцентът е върху храната. Менюто предлага познати блюда, но обогатени от фантазията на готвача. Сред най-добрите предложения, са ястията от телешко от различни части на прочутата порода блек ангъс. При това на много разумна цена – гордостта на готвача. Скърт стек „Бъргър“ се предлага за около 23 лева. Десертите са достоен завършек на храненето – горещо препоръчваме ризотото от черен ориз с пресни плодове, бадеми и кокосов италиански сладолед.

Разбира се, преживяването не е пълно без качествено вино и екипът на ресторанта знае това. Винената листа е богата и разнообразна, а всяка седмица от нея се избира вино, което се предлага на по-ниска цена като комплимент към клиентите.

РЕСТОРАНТ-ГРАДИНА ТАБИЕТ интернационална кухня

Tabiet Restaurant

Emotional taste.

Sofia, 76, James Bouchier Blvd.
Reservations: 02 /969696, 0888 300 304
www.tabiet.com



On entering you'll notice that in Tabiet Restaurant they have managed with the difficult task to combine the exceptionally elegant atmosphere with the feeling of almost homycosiness. The friendly staff contributes to that – from the very beginning they'll make you feel like expected and wanted guests.

Because of the good situation, the restaurant is equally suitable for a business lunch, company party, family dinner or to have a glass wine with a friend.

The accent, of course, is on food. The menu offers familiar dishes but enriched by the chef's imagination. Among the best suggestions are the veal meals from different parts of the famous Black Angus breed. What's more, at a very reasonable price – the chef's pride, Skirt Steak "Burger" is offered for about 23 leva.

Desserts are a decent final of the dining – we strongly recommend the black rice risotto with fresh fruits, almonds and Italian coco ice cream. Naturally, the experience isn't complete without quality wine and the restaurant's team knows that. The wine list is rich and diverse and every week they select a kind of wine which is offered at a lower price as a compliment to the clients.

Cult Gourmet Catering

Emotional taste.

Искърско шосе N7,
сгр. 15, офис 1
М: 0894 446 606
www.cultgourmet.com

Прецизност, страст за страхотна храна и богат опит.

Качества, които са отличителна характеристика на Култ Гурме Кетъринг, компанията осъществила едни от най-интересните събития за миналата година. Тяната философия е изключителен фокус върху детайлите и разглеждането на всяко едно събитие като пъзел. Всяка частица от него оформя финалната картина на отличния резултат.

Храната заема централно място в разработваните от компанията събития. Разчита се на качествени съставки, модерни техники, фантазия и опит.

Екипът на компанията вярва, че доверието е най-важният актив. В процеса на изпълнение на съвместни проекти с едни от най-големите компании в България, Култ Гурме Кетъринг е изградила модел на комуникация и координация с клиента. Целта на екипа е да достигне до споделена визия с клиента за изпълнени събитийни цели и да създаде запомнящи се моменти и изключително изживяване.



Cult Gourmet Catering

Emotional taste.

7, Iskarsko Shosse,
building 15, office 1
M +359 894 446 606
www.cultgourmet.com



With the growing needs of high quality cuisine, precision, passion for great food and experience.

Qualities that are specific characteristics of Cult Gourmet Catering that realized some of the most interesting events for the last year. Their philosophy is an exceptional focus on details and seeing each event as a puzzle. Each piece of it shapes the final image of the excellent result.

Food has a central place in the events developed by the company. It relies on quality ingredients, modern techniques, fantasy and experience.

The company's team believes that trust is the most important asset. It is built with consistent work and excellent results. In the process of completing common projects with some of the biggest companies in Bulgaria, Cult Gourmet Catering has built a stable model of communication and coordination with the client.

The team's purpose is to reach a shared vision with the client for accomplished event goals and create memorable moments and an exceptional experience.



Pure Chefs` Grill

1616 София, кв. Бояна,
ул. Севастократор Калоян 29
М: 0895 50 00 75, 0895 50 00 76
E: reservations@purebg.com



Pure Chefs` Grill

Soфия 1616, Бояна,
29, Sevastokrator Str
M: 0895 50 00 75, 0895 50 00 76
E: reservations@purebg.com

*Понеделник и Неделя - почивен ден
Вторник-Събота 11:00-23:00*

Малко след откриването му, вече наричат ресторанта PURE Chefs` Grill „скритото съкровище“ на Бояна.

Всеки детайл в интериора носи усещане за уют и топлина. Творческата енергия се усеща във въздуха и личи дори по шкафове и стени. Говори се, че главния готвач сам е изрисувал част от орнаментите.

Кулинарното изкуство на готвачите е концентрирано върху вкуса и е повлияно от последните тенденции и техники. Ресторантът разполага с една от най-модерните кулинарни технологии - комбинация между фурна и грил, която осигурява перфектна текстура и сочност на пригответе меса. А ароматът на пушек от специалните дървени въглища задълбочава възприятията.

Готвачите са доказали се професионалисти: Димо Димов - носител на „Ресторант на годината за 2007“, Чавдар Начев - изградил своя стил в ресторанти в Дания и Петър Петров - млад и талантлив, спечелил Bocuse d`Or Bulgaria 2013. Приятното изживяване се допълва от панорамата към вечерна София.



*Closed on Monday and Sunday.
Tuesday-Saturday: 11:00-23:00*

Shortly after its opening PURE Chefs` Grill Restaurant is already called Boyana's 'hidden treasure'.

Each detail in the interior has the feeling of coziness and warmth.

The creative energy is felt in the air and even on the cupboards and walls. Rumour has it that the chef has painted part of the ornaments himself.

The chefs' gastronomic art is concentrated on the taste and is influenced by the latest trends and techniques. The restaurant has one of the latest culinary technologies - a combination between oven and grill, which ensures a perfect texture and juiciness of the prepared meat. The scent of smoke from the special charcoal intensifies the senses.

The chefs are proven professionals: Dimo Dimov - winner of "Restaurant of the year" 2007, Chavdar Nachev - who created his own style in restaurants in Denmark and Petar Petrov - young and talented, winner of Bocuse d`Or Bulgaria 2013.

The pleasant experience is completed by the view to night Sofia.

Brasserie

София, ул. Райко Даскалов №3,
в градината на ул. Ангел Кънчев и Солунска
тел. 02/ 980 03 98

Brasserie напомня за елегантните ресторанти на Горен Манхатън и е перфектно място за бизнес обяд, вечеря с приятели, следобедно кафе и (или) късни коктейли. Закътанният вътрешен двор приканва към студено мохито, а стилният салон – към кулинарна екстраваганца. Забедението е носител на наградата на специализираното списание Бакхус в категорията Bar&Dinner за 2006 и 2007 година. Изборът от ястия е впечатляващ, а кухнята – интернационална. Можете да ги поleetе с първокласни вина и напитки от цял свят.



Brasserie

3 Raiko Daskalov Str., Sofia
(in the public gardens adjoining
Angel Kanchev and Solunska Str.),
phone: +359 2/ 980 03 98

Brasserie is reminiscent of trendy upper Manhattan eateries and is the perfect place for a business lunch, dinner with friends, afternoon coffee and/or late night drinks. A cosy patio at the back tempts you into having an ice-cold Mojito cocktail, while the elegant salon invites you to partake in a culinary extravaganza. The establishment won the Bacchus magazine Bar&Dinner Award in 2006 and 2007. The cuisine is international and the choice of gourmet dishes is staggering. Wash them all down with first-class wines and spirits from around the world.

Motto

София, ул. Аксаков №18
тел. 02/ 987 27 23

Историята на всеки съвременен град е запечатана в забележителностите, които го характеризират на географската карта. Има и друга история, която често пъти е много по-любопитна и лична – онази, която пишат хората в заведения, превърнали се от години в градска легенда. Едно такова място винаги е съчетавало добрия вкус в музиката, храната и компанията, и от дълго време се е превърнало в култово и любимо за всеки, който иска да бъде част от интересната градска тъпла.

Клуб Мото е градски пристан за всеки, който иска да бъде някой или да срещне интересни събеседници, да научи най-новите софийски клюки, да разбере всичко за хитова книга, филм или театрална постановка. Удоволствието от приятния разговор е допълнено от елегантното меню, добрата селекция от напитки и хубава музика - от онази, която не те ангажира непременно да влезеш в ритъм, а по-скоро отзвучава леко в страни, като хармоничен фон на преживяването. Спокойствието и уютът са превърнали Клуб Мото не само в предпочитано, но в задължително място за всеки, който иска да усети истинската атмосферата на София и да научи най-тайните ѝ истории.



Motto

18 Aksakov Str., Sofia
phone: +359 2/ 9 872723

The history of every modern city is hidden among the sights that make it stand out on the geographical map. And often there is another unique story that is quite peculiar and personal – the story told by people and places that have become legends within the city as the years go by. A place just like this, which has always combined good taste in music, food and company, quickly became the favorite place for everyone wishing to be part of the interesting, urban crowd.

Club Motto is an urban “port in a storm” for everyone who wants to be somebody or to meet an interesting crowd, to learn the latest Sofia gossip, or hear everything about the latest best-selling book, box office hit or popular theater performance. The pleasure of a nice conversation is augmented by an elegant menu, good selection of drinks and nice music – the kind that doesn't force you to get into the rhythm, but that simply creates a harmonious environment for your experience. The calmness and coziness of Club Motto have made it not only the most preferred spot, but also the place for everyone wishing to experience the real atmosphere of Sofia and to learn its most secret stories.

Spaghetti Company

СЕРДИКА ЦЕНТЪР, бул. Ситняково №48
тел. 02/ 841 28 18
ЦУМ – етаж 1, тел: 02/ 926 0427
MALL OF SOFIA – бул. Ал. Стамболийски №101
Mall Bulgaria 102 ет 3 до кино Арена
Работно време:
понеделник - неделя от 10:00 до 00:00 ч.
spaghetticompany@mail.bg

Трите ключови гумички на вече веригата заведение Spaghetti Company са: Pizza, Pasta, Modernista. Акцентът е върху италианска кухня, но се долавят и нотки от средиземноморската и френската класическа кулинария, а Modernista описва ърбън атмосфера и дизайн. Изчистения модерен стил и леката музика създават уют и спокойствие! В Spaghetti Company можете да се насладите на вкусна италианска кухня, специално подбрани вина, перфектно обслужване и приятна музика. Ресторантът е идеалното място за вашите делови и лични срещи.



Spaghetti Company

SERDIKA CENTER, 48 Sitnyakovo Blvd
phone: +359 2/ 841 2818
TZUM – floor 1, phone: +359 2/ 926 0427
MALL OF SOFIA – 101 Al. Stamboliiski Blvd.
Mall Bulgaria 102 floor 3 near Arena cinema
Working time:
Monday-Sunday 10:00 am – 12:00 pm
spaghetticompany@mail.bg

It is not possible to pass 6th of September Street and to remain indifferent to the appearance of this unusual restaurant. You will understand what makes it so unusual the minute you cross its threshold. Only one step and you forget about the busy turmoil of the city, and move into another reality that has a magic atmosphere and countless culinary propositions. Here you will find a pleasant combination of contemporary interior design, exquisite international cuisine and relaxing music. The restaurant also impresses with its delicate personal attitude towards the customer and the feeling of home comfort. All this makes Spaghetti Kitchen the most modern and desired place in Sofia.

Carpe Diem complex



Brand new exclusive development on first line in Balchik.
Balchik, Bulgaria



Harmony complex

Apartments For Sale - Building 3 and Building 4
St. St. Constantine and Helena, Bulgaria

31 Tzar Simeon I str. 9000 - Varna, Bulgaria
tel: +359 52 663 799 mobile: +359 888 603 351
tel: +359 52 663 709 mobile: +359 885 190 390
e-mail: info@my-home.bg

Night Flight Evolution

град София, бул. Мария Луиза 20
тел.: 0899 50 60 60

Най – популярният клуб в България - Night Flight Evolution - прекрачи отвъд предрасъдъците и шаблоните. Това мнение споделя не само един от най-големите български дизайнери - Светослав Тодоров, чието дело е новият интериор на клуба, но и всички, които обичат да се забавляват. Единствено гостите на Night Flight могат да се почувстват като в клуб от световна величина и да получат персонален комплимент за избора си и усещане за собствен стил. Причината е, че за първи път клуб за жива музика има отношение към дизайна. Еволюцията показва естетика, а самият клуб се развива не само като визия, но и като концепция. С новия интериор и амфитеатрално разположение на сцената, идват и новите възможности за забавление – 360 градусова видимост за всеки гост, който иска да е част от купона.

Night Flight е мястото, където се случват най-вълнуващите и зрелищни забавления. Шоуто на най-големите звезди от българската и световна сцена, спектаклите на балета на Night Flight са без аналог в България и създават неповторимо преживяване на гостите. Новата концепция на клуба предполага посетителите да се насладят и на невероятен звук, с апаратура последна разработка, както и на кръгъл LED екран. Всичко в новия клуб е новаторско и авторско решение. Мебелите са дело на известния дизайнер Константин Гърчич, който е сред най-влиятелните съвременни германски дизайнери. „Няма имитация, нито дубликат. Няма аршин, с който да се мерим тук“, категоричен е един от съсобствениците на Night Flight – Петко Димитров.



NIGHT FLIGHT



Night Flight Evolution

20 Maria Luiza Blvd., Sofia, Bulgaria
phone: +359 899 50 60 60

The most popular club in Bulgaria – Night Flight Evolution – went beyond prejudices and cliches. This opinion is shared not only by the one of the greatest Bulgarian designers – Svetoslav Todorov whose work is the club's new interior, but also by anyone who enjoys having fun. Night Flight's guests are the only one who can feel as if they're in a world-class club and receive a special compliment for their choice and a feeling of their own style. The reason is that for the first time live music club has an attitude toward design. The evolution shows esthetics and the club itself is developing not only as a vision, but also as a concept. With the new interior and the amphitheatre position of the stage, the new entertainment opportunities come – a 360 degree visibility for each guest who wants to be part of the party.

Night Flight is the place where the most exciting and spectacular entertainment happens. The show of the biggest Bulgarian and world stars, Night Flight's ballet performances have no analogue in Bulgaria and create a unique experience for the guests. The club's new concept suggests that the visitors will enjoy an incredible sound, with state-of-the-art equipment, as well as a round LED screen. Everything is the new club is innovative and original. The furniture was created by the famous designer Konstantin Garchich who is among the most influential contemporary German designers. "There's no imitation, no duplicate. There's no standard to measure by here", one of Night Flight's co-owners Petko Dimitrov says with certainty.

Bar Flight Live

град София, ул. Лега 15А
тел.: 0899 50 50 90



BAR FLIGHT



Bar Flight Live

15A Lege Str., Sofia, Bulgaria
phone: +359 899 505090

The most hip bar in the heart of Sofia - Bar Flight, surprised its loyal fans, customers and all fine dining and entertainment lovers with a new vision and a new status. The owners and managers' ambition is for it to be the best example in Bulgaria for the American type of piano-bars.

Every evening there's live music on Bar Flight Live's stage. It's performed by the best musicians and even pop folk but in new arrangement and with modern sound. Wednesday evening is meant for Bar Flight Live's special guests – the biggest Bulgarian music stars such as Orlin Goranov, Vasil Naydenov, Maria Ilieva. However, the piano-bar's guests can be stars as well.

Those who want to take part with their voice can be sure that they'll be presented as world celebrities in the karaoke, thanks to the 30 monitors of Bar Flight Live.

The interior follows the American culture style in this type of places. The furniture was especially custom made with only natural materials – wood, stone and glass. The colours are in the warm range and create a unique feeling of cosiness, but with refinement with boutique "Chester" boxes. 24/7 the bar's guests can enjoy the unique cuisine, with rich menu and meals from all over the world.

Есте:

ВИСШАТА КУХНЯ ВЕЧЕ И В БЪЛГАРИЯ

ул. Николай Хайтоѡв №3 А
тел.: 02/ 868 72 96
мобилен телефон: 0886 700 269
e-mail: yordan.gonev@este.bg
www.este-restaurant.com



Este:

HAUTE CUISINE IS NOW IN BULGARIA

3 A, Nikolay Haytov str.
phone: 02/ 868 72 96
mobile phone: 0886 700 269
e-mail: yordan.gonev@este.bg
www.este-restaurant.com

С нарастващите нужди на ценители на истински качествената кухня в България се роди идеята за създаването на Есте – един ресторант, различен от всички останали. За осъществяването бе привлечен Димитър Дамянов – готвач със завидна биография, черпил опит и вдъхновение в най-добрите ресторанти на планетата, включително копенхагенския Noma (номер 1 в света за 2010, 2011, 2012), испанския Arzak (номер 8 в света за 2012), прочутия The Fat Duck на Хестън Блументал, лондонския Savoy Grill Restaurant на също толкова знаменития Гордън Рамзи, Le Gavroche на Мишел Ру, английските Ritz London и Lowry Hotel и испанския Martine Beresategue.

Авторската насоченост на Димитър Дамянов е в това да приготвя храната по един новаторски, изключително интересен и здравословен начин, подбирайки най-качествените продукти от цял свят, съчетавайки ги с местни билки и пресни гиворастящи подправки.

Избата съдържа подбрани вина от цял свят, съхранявани в подходящи помещения при идеална температура.

Водеща във философията на Есте е кухнята, но интериорът също не остава по-назад във формулата за качество, класа и стил. Всеки детайл е старателно подбран и поръчан при най-добрите световни производители и творци.

Другият стълб в концепцията на Есте е обслужването – тук всеки клиент би бил напълно удовлетворен.



With the growing needs of high quality cuisine aficionados, the idea of opening Este was born – a restaurant different from any other one.

In order to realize this dream, Este recruited the best chef in Bulgaria – Dimitar Damiyanov, who draws from his experience in some of the best restaurants on the planet, including: Noma, Copenhagen (world's number one restaurant for 2010, 2011 and 2012), Arzak, Spain (world's number eight for 2012), The Fat Duck, UK (Heston Blumenthal's restaurant and the number thirteen for 2012), Gordon Ramsay's Savoy Grill Restaurant, Ritz London, Le Gavroche (the restaurant of the famous Michel Roux), etc.

Dimitar Damiyanov's creative orientation is in preparing the food in an innovative and extremely interesting and healthy way, selecting quality products from all over the world, combining them with local herbs and fresh wild spices.

A rich assortment of wines from all over the world is on hand, all of which are preserved in suitable rooms at ideal temperatures.

Cuisine is the main focus of the Este philosophy, but our interior and atmosphere are also important parts of our recipe for quality, class and style. Each and every detail has been selected with precision and ordered from the best manufacturers and artists in the world.

Customer service is at the heart of the philosophy and concept of Este restaurant.

Here, each client will feel completely satisfied.

Modera София

ЖИВОТЪТ Е ПО-ВКУСЕН С НАС.

кв. Изток
ул. „Фредерик Жолио Кюри“ №18
тел: 02/ 971 32 78
мобилен: 0884 255 558



Modera Sofia

LIFE TASTES BETTER WITH US.

Iztok District
18 Frederic Joliot-Curie Street
phone: +359 2/ 971 32 78
cell phone: +359 884 255 558

Ресторант Модера е символ на изискана храна, стилоно обслужване и уютна обстановка. Заведението е с перфектна локация – близо до центъра на града, на няколко минути от летището, но далеч от градския шум.

Вече няколко години, заведението посреща своите гости с различни ежедневни специалитети, богат асортимент от ястия от говеждо месо и винаги прясна риба. Безупречно приготвената храна, съчетана с бутилка вино от прецизно подбраната ни винена листа биха задоволили и най-претенциозния вкус.

Модера не е просто ресторант, Модера е стил.



Modera restaurant is a symbol of exquisite cuisine, stylish service and cosy atmosphere. The restaurant has a perfect location – near the city centre, a few minutes away from the airport but far from city noise.

For a few years already the restaurant has been welcoming guests with different everyday specialties, a rich assortment of beef dishes and always fresh fish. Perfectly prepared food, combined with a bottle of wine of the precisely selected wine lists would satisfy the most pretentious taste.

Modera is not just a restaurant, Modera is a style.

Il Viaggio

София, кв. Бояна,
бул. Александър Пушкин 116
тел.: 0876 76 76 47
www.viaggio.bg

Ресторант Il Viaggio приветства всички, които искат да се насладят на едно ново, оригинално кулинарно пътешествие. Можете да се насладите на внимателно подбрани ястия от автентичната средиземноморска и италианска кухня, приготвени от главния готвач Лука Тсаво. Личното кулинарно пътешествие на Лука е обогатено чрез работа в някои от най-добрите италиански ресторанти, включително три години в ресторант с две звезди Мишлен. Лука ви приветства да опитате неговата "съвременна кухня, която гледа към бъдещето, но никога не забравя своите корени". Перфектната храна е комбинирана с внимателно подбрана винена листа, която ще удължи всеки центел.



IL VIAGGIO
RISTORANTE

Il Viaggio

Boyana,
116 Alexander Pushkin Blvd.
Phone: 0876767647
www.viaggio.bg



Il Viaggio restaurant invites you to try our authentic Mediterranean and Italian dishes prepared by Chef Luca Tsavo.

Over the years, Luca has worked under influential leaders of the culinary profession who helped shape his style and depth of knowledge. Luca's most recent position included three years in a two Michelin star restaurant.

Il Viaggio with its stylish and lively atmosphere sets the standard of fine dining excellence.

A dining experience that truly impresses.



Spaghetti kitchen

София, ул. 6-и септември №9
Резервации тел.: 0890 5 66666
office@spaghetti-kitchen.com
www.spaghetti-kitchen.com

Няма как да преминете по улица „6-и септември“ и да останете безразлични към вида на този наистина необикновен ресторант. Какво го прави такъв, ще разберете в момента, в който прекрачите прага му. С една единствена крачка забравяте за работната суматоха на големия град и се пренасяте в един друг свят с вълшебна атмосфера и безброй кулинарни предложения. Тук ще откриете приятна комбинация от съвременен дизайн в обзавеждането, изискано меню с интернационална кухня и отпускателна музика. От месец ноември се открива и отопляема външна градина. Заведението впечатлява и с деликатно лично отношение към клиента и усещане за домашен уют. Всичко това превръща Spaghetti Kitchen в най-модерното и желано място в София.



**SPAGHETTI
KITCHEN** ★
ITALIAN FOOD AMERICAN GRILL

Spaghetti kitchen

9, 6th of September Str., Sofia, Bulgaria
Reservations: +359 890 5 66666
office@spaghetti-kitchen.com
www.spaghetti-kitchen.com



It is not possible to pass 6th of September Street and to remain indifferent to the appearance of this unusual restaurant. You will understand what makes it so unusual the minute you cross its threshold. Only one step and you forget about the busy turmoil of the city, and move into another reality that has a magic atmosphere and countless culinary propositions. Here you will find a pleasant combination of contemporary interior design, exquisite international cuisine and relaxing music. The restaurant also impresses with its delicate personal attitude towards the customer and the feeling of home comfort. All this makes Spaghetti Kitchen the most modern and desired place in Sofia.

ВАЖНО!

ПРЕВОЗ НА БЕЗПЛАТЕН БАГАЖ ПО ПОЛЕТИТЕ НА БЪЛГАРИЯ ЕР

НОВА ПОЛИТИКА НА БЪЛГАРИЯ ЕР

България Ер въвежда по линиите си нови правила за превоз на багаж за билети, издадени на/след 02 май 2011 г. Новата система, **PIECE CONCEPT**, се базира на броя, теглото и размерите на чекирания багаж.



РЕГИСТРИРАН / ЧЕКИРАН БАГАЖ

Всеки пътник има право да превози в багажниците на самолета безплатен багаж, както следва:

1. Общи правила – Международни и Вътрешни линии:

Класа на обслужване	Норма на безплатен багаж
Бизнес класа	2 броя – макс. до 23 кг и до 158 см всеки един
Икономическа класа	1 брой - макс. до 23 кг и до 158 см

2. Изключения:

Златна карта на бонусната програма	Плюс 1 брой – макс. до 23 кг и до 158 см
За притежатели на ко-брендирана карта България Ер и ЦКБ	Безплатна норма чекиран багаж – 2 броя до 32 кг
За притежатели на карта VISA Platinum	Безплатна норма чекиранбагаж – 2 броя до 23 кг. Всеки
Моряци	Плюс 1 брой – макс. до 23 кг и до 158 см
Бебета от 0-2 години	1 брой – макс. до 10 кг и до 115 см

Максималният размер е 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.

3. Такси за свръхбагаж - Международни линии:

За по-тежък багаж - между 23 кг - 32 кг	EUR 50
За по-обемист багаж - между 158 см – 203 см	EUR 70
Допълнителна бройка - втори багаж до 23 кг x 158 см	EUR 50
Допълнителна бройка – трети багаж до 23 кг x 158 см	EUR 100

4. Такси за свръхбагаж - Вътрешни линии:

За по-тежък багаж - между 23 кг - 32 кг	EUR 20
За по-обемист багаж - между 158 см – 203 см	EUR 30
Допълнителна бройка - втори багаж до 23 кг x 158 см	EUR 20
Допълнителна бройка – трети багаж до 23 кг x 158 см	EUR 50

Багаж с тегло над 32 кг може да се превозва само като карго.

5. Специални категории багажи:

Спортна екипировка	Включва се в безплатната норма багаж, при условие че е до 23 кг и до 200 см. Счита се като брой багаж. Изключение: - Международни полети: Един чифт ски на пътник – прилага се фиксирана такса от EUR 30. - Вътрешни полети: Един чифт ски на пътник - прилага се фиксирана такса от EUR 20.
Домашни любимци в пътническата кабина /PETS/: Максимално тегло на животното и клетката – до 8 кг. Максимални размери на клетката – 48 x 35 x 22 см. Приемат се само кучета и котки.	Не се включва в безплатната норма багаж. Заплаща се такса от EUR 50.
Животни в багажника /AVIH/: Максимално тегло на животното и контейнера – 32 кг. Максимални размери на контейнера – 110 x 80 x 76 см.	Не се включва в безплатната норма багаж. Заплаща се такса от EUR 80.

РЪЧЕН / КАБИНЕН БАГАЖ: 1 брой – до 10 кг.

Размери - до 55 x 40 x 23 см, с максимален сбор от трите измерения до 115 см.

За смесени превози с участието на България Ер и други партньорски авиокомпани в маршрута могат да бъдат прилагани други условия за багаж.

НОВИ ПРАВИЛА ЗА ПРЕВОЗ НА ДЕЦА

От 1 юли 2012 година авиокомпания България Ер променя правилата за превоз на непридружени деца

За **НЕПРИДРУЖЕНО ДЕТЕ (UNACCOMPANIED MINOR - UM)** се смята дете, което не е навършило 12 години и пътува без родител, настойник или друг пълнолетен придружител.

ПРИ УСЛУГАТА ПРЕВОЗ НА НЕПРИДРУЖЕНО ДЕТЕ (UM) служителите поемат детето от изпращача на отправното летище, придружават го по време на всички летищни формалности и го предават на посрещача. Услугата е задължителна за деца на възраст от 3 до 5 години и възможна при поискване за деца с навършени 5 години.

ФОРМУЛЯР – ИНФОРМАЦИЯ ОТ РОДИТЕЛ/НАСТОЙНИК: Задължителен документ, в който се вписва точна информация за детето, както и имената, адресите и телефони на изпращача и посрещача.

ЕСКОРТ – Стюардеса, която пътува с детето и се грижи за него по време на полета. За да бъде осигурен ескорт, агентът, създател на резервацията на детето, внася SR UMNR с неговата възраст и рождена дата, както и информация за посрещача и изпращача – имена, телефон за връзка и пълен адрес. Запитването се прави поне седмица преди полета. В рамките на 3 дни служителите от отгел Спейс контрол дават отговор на молбата. При потвърждение Спейс Контрол запазва място на стюардесата на желаня полет и уведомява агента, който създава МСО в резервацията на детето в размер на дължимата сума за тази услуга.

ЗАДЪЛЖИТЕЛНАТА ИНФОРМАЦИЯ за потвърждаване на услугата UMNR включва три имена, възраст и рождена дата на детето; три имена, телефон за връзка и пълен адрес на посрещача и изпращача.

- Авиокомпания България Ер не приема непридружени деца, трансфериращи на летище София. Изключения се правят само при предоставени контакти на трансферния пункт.
- Деца до 3 години не се приемат за превоз без придружител.
- Деца, навършили 5 години, се приемат за превоз без придружител и се обслужват по реда за непридружени деца – UM.

ЗАПЛАЩАНЕ ЗА ПРЕВОЗА на непридружени деца:

- от 3 до навършване на 5 години: за детето се заплаща пълната тарифа за възрастен пътник без детско намаление, плюс 50% от еднопосочната тарифа в М класа за стюардесата-придружител. Всички дължими летищни такси за маршрута по билета също се събират. Една стюардеса може да придружава две деца от едно семейство и в този случай за двете деца се заплаща една такса.
- от 5 до 7 години: плаща се 100 % от тарифата за възрастен пътник. Допълнително се събира UM такса в размер на 40 евро на отсечка за международни полети и 20 евро за вътрешни линии.
- от 8 до 11 години: плаща се детски билет с приложимото по съответната тарифа детско намаление. Допълнително се събира такса UM в размер на 40 евро на международна отсечка и 20 евро за отсечка по вътрешни линии.
- за две деца от едно семейство – братя и сестри, които пътуват заедно, се плаща една UM такса за двете деца.
- по желание на родителите, деца от 12 до 18 години могат също да ползват услугата UM срещу заплащане на UM таксата.

New Rules for Transporting Children

From the 1st of July 2012, Bulgaria Air is changing its rules regarding transporting unaccompanied children.

An **unaccompanied minor (UM)** is a child under 12 years old who is traveling without a parent, guardian or some other type of adult escort.

The service **“Transport of an unaccompanied minor” (UM)** means that employees of Bulgaria Air receive the child from the person that escorts him or her to the departure airport, accompanies the child through all airport formalities, and hands him off to the person that will collect the child at the destination. The service is mandatory for children between their 3rd and 5th birthdays, and optional for children who have already turned 5 years old.

Form – information from the parent/guardian: A mandatory document that contains accurate information about the child, as well as the full names, addresses and telephone numbers of the persons who will be escorting the child to the departure airport and from the destination airport.

Escort – A flight attendant who travels with the child and cares for him or her during the flight. To provide an escort, Bulgaria Air requires the travel agent that books the flight for the child to submit SR UMNR with the child's age and date of birth, as well as information about the person who will deliver the child to the departure airport, and the person who will collect him or her from the destination airport – their full names, telephone numbers and full addresses. This service should be requested at least one week prior to the flight. Staff members from the Space Control Department will reply to your inquiry within 3 business days. Upon confirmation, Space Control books a place for the flight attendant on the desired flight and informs the travel agent who issues an MCO on the child's reservation in the amount of the sum payable for the service.

The information that is necessary for the confirmation of the UMNR service includes the child's full name, age and date of birth, as well as the full name, telephone number and complete address of the persons delivering the child to the departure airport and collecting him or her at the destination airport.

- Bulgaria Air does not accept unaccompanied minors who transfer at Sofia Airport. Exceptions are made only when contact information has also been submitted for the persons who will take care of the child at the point of transfer.
- Children under 3 years of age cannot travel unaccompanied.
- Children who have turned 5 are permitted to travel unaccompanied and are served according to the rules for unaccompanied minors.

The price for the Transport of Unaccompanied Minors service:

- For children between their 3rd and 5th birthdays: the price is the full adult tariff without a children's discount, plus 50% of the one-way tariff in M class for the escorting flight attendant. All applicable airport fees for the route of the flight are also collected. One flight attendant can escort two children from the same family simultaneously and, in that case, the customer pays one fee for both children.
 - Age 5-7: the customer pays 100% of the tariff for an adult passenger. A UM fee is also collected in the amount of 40 euros for international flights and 20 euros for domestic flights.
 - Age 8-11: the customer pays a children's tariff (with the applicable child discount from the respective tariff). A UM fee shall also be collected in the amount of 40 euros for international flights and 20 euros for domestic routes.
 - For two children from one family – siblings traveling together – one UM fee is payable for both children.
 - Upon parental request, children aged between 12 and 18 years old may also make use of the UM service if the UM fee is paid.



IMPORTANT!

CARRIAGE OF FREE OF CHARGE BAGGAGE ON BULGARIA AIR FLIGHTS NEW BAGGAGE POLICY OF BULGARIA AIR

Bulgaria Air introduces its new rules for baggage carriage on its destinations for all tickets, issued on / after 02 May 2011. The new policy, PIECE CONCEPT, is based on the quantity, weight and dimensions of the checked-in baggage.



CHECKED-IN BAGGAGE

Each passenger has the right to transport in the aircraft free of charge baggage, as follows:

1. General Terms – International and Domestic Flights:

Booking Class	Terms for free of charge baggage
Business Class	2 PC - up to 23 kg and 158 cm each
Economy Class	1 PC - up to 23 kg and 158 cm each

2. Exceptions:

Gold Bonus Program Card	Plus 1 PC - up to 23 kg and 158 cm
Holders of Co-branded - Bulgaria Air-CCB Bank	Free bag allowance - 2 PC up to 32 kg
Holders of VISA Platinum card	Free bag allowance - 2 PC to 23 kg each
Marines	Plus 1 PC - up to 23 kg and 158 cm
Infants from 0-2 years old	1 PC - up to 10 kg and 115 cm

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

The passenger can transport more than the free of charge terms for an additional charge.

3. Extra Baggage Fees - International Flights:

Overweight /between 23 kg and 32 kg/	EUR 50
Oversize /between 158 cm - 203 cm/	EUR 70
Extra piece - second piece up to 23 kg x 158 cm	EUR 50
Extra piece - third piece up to 23 kg x 158 cm	EUR 100

4. Extra Baggage Fees - Domestic Flights:

Overweight /between 23 kg and 32 kg/	EUR 20
Oversize /between 158 cm - 203 cm/	EUR 30
Extra piece - second piece up to 23 kg x 158 cm	EUR 20
Extra piece - third piece up to 23 kg x 158 cm	EUR 50

Baggage with weight of more than 32 kg is subject to Cargo transportation.

5. Special baggage items

Sports Equipment	It is subject to free of charge carriage in case the baggage is up to 23 kg and to 200 cm. It is considered as a piece of baggage. Exception: - International Flights: Pair of ski for passenger – fixed fee of EUR 30 is applied. - Domestic Flights: Pair of ski for passenger – fixed fee of EUR 20 is applied.
Pets in the aircraft cabin /PETC/: Maximum weight of the pet and cage - up to 8kg. Maximum dimensions of the cage – 48 x 35 x 22 cm. Only dogs and cats are allowed.	Is not included in the free of charge baggage norm. Fee of EUR 50 is applied.
Animal in the baggage compartment /AVIH/: Maximum weight of the animal and the container – 32 kg. Maximum dimensions of the container – 110 x 80 x 76 cm.	Is not included in the free of charge baggage norm. Fee of EUR 80 is applied.

HAND/CABIN BAGGAGE: 1 PC - up to 10 kg.

Dimensions – 55 x 40 x 23 cm, with maximum sum of all dimensions up to 115 cm.

For code-share flights with Bulgaria Air and other partner airlines in the route can be applied other baggage policies.

ГОТОВИ ЗА ПОЛЕТ

FIT TO FLY

Предлагаме ви няколко полезни съвета за това как да се чувствате добре по време на полета и след него. Изпълнявайте упражненията бавно и дишайте равномерно.

These handy exercises enable you to stay in top form – both during and after the flight. Perform each move with steady, even breathing.



Хогола

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 зърдите. Задръжте така 15 секунди.

Грб и ръце

15 пъти

Поставете и двете стъпала на пода и стегнете корема. Наведете се напред, докато ръцете ви не опрат пръстите на краката.

EN

Feet

10 times

Placing your heels on the floor, stretch your toes upwards. Then, keeping your toes on the floor, raise your heels upwards.

Ankles

15 times

Rotate your foot – first in one direction and then the other.

Knees

30 times

Raise your legs, tensing the muscles in your thighs.

Shoulders

5 times

With your hands on your thighs, rotate your shoulders in a circular motion.

Legs

10 times

Bend forward slightly. Wrap your hands around one knee and raise it to your chest. Hold for 15 seconds. Repeat with the other knee.

Back and arms

15 times

Place both feet flat to the floor and hold your stomach in. Bend forward, moving your hands down your legs.

Да се лети не е страшно

- Статистиката сочи, че летенето със самолет е далеч по-безопасно от много други дейности
- Екипажът на вашия самолет е висококвалифициран и с богат опит
- Самолетите на България Ер са с безупречна поддръжка и могат да устоят на всякаква турбуленция
- Опитайте да се отпуснете – вдъшвайте дълбоко през носа и задръжвайте въздуха няколко секунди, преди да го издишате

EN

Relax!

- Statistics show that flying is much safer than many situations in daily lives
- The crew in control of the plane is highly trained and experienced
- Bulgaria Air aircraft are thoroughly maintained and designed to withstand various forms of turbulence
- Try to relax – breathe in deeply through your nose, hold for three seconds before exhaling slowly

По време на полет

- Усещате болка в ушите? Запушете носа, затворете устата и започнете да преглъщате или да се опитвате да изкарате въздуха, без да отваряте уста. Дъвченето на дръвца също помага
- Стимулирайте кръвообращението си, като се разходите по пътеката в самолета
- Избягвайте да седите с кръстосани крака, защото това може да ограничи кръвообращението
- Може да се почувствате по-удобно, ако свалите обувките
- Пийте повече вода и по-малко алкохол, чай или кафе

EN

During the flight

- Ear pain? Pinch your nose shut, close your mouth and swallow or blow out against your closed mouth. Alternatively, chew some gum
- Stimulate your circulation by walking around the cabin and stretching
- Avoid sitting with your legs crossed as this restricts circulation
- Removing your shoes may provide you with more comfort
- Drink plenty of water and not too much alcohol, tea or coffee

Как да се приспособим по-бързо към часовите разлики

- Опитайте се да настроите биологичния си часовник към времевата зона на бъдещата ви дестинация, като вечерта преди по лета си легнете един час по-рано или по-късно
- Не прекалявайте с тежката храна и не пийте твърде много алкохол или кафе вечерта преди полета
- Яжте богати на протеин храни в подходящи за новата часова зона отрязъци от денонощието
- Когато пристигнете на избраната от вас дестинация, направете си кратка разходка
- Прекарайте поне 30 минути на дневна светлина

EN

Reducing jetlag

- Begin adjusting your body clock to the time zone of your destination the night before departure by going to bed earlier or later
- Don't consume too much food the night before you leave, or drink too much coffee or alcohol
- Eat protein-rich meals at times that are normal for your new time zone
- At your destination, take light exercise – such as a walk
- Spend at least 30 minutes in daylight

УДОБСТВО И БЕЗОПАСНОСТ ВЪВ ВЪЗДУХА

YOUR COMFORT AND SAFETY IN THE AIR

Вашето здраве

Ако имате притеснения за здравето си, свързани с пътуването, и особено ако страдате от дихателни или сърдечно-съдови заболявания, посетете лекаря си преди замиване. Аптеките могат да ви предложат лекарства без рецепта, но нашият съвет е винаги да се консултирате с лекар, който е най-подходящ за вас.

Вашият багаж

Избягвайте тежки 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, пазарване и отвеждане към самолета. Времето за регистриране на пътниците е различно на различните летища и може да варира според дестинацията. Добре е да се информирате предварително за часа, в който трябва да сте на летището.

Вашата сигурност

Запознайте се с изискванията за сигурност и ги спазвайте.

Не се съгласявайте да пренасяте чужд багаж.

Не оставяйте багажа си без надзор.

Слагайте ножове, ножици и остри предмети в куфара, който предавате за транспортиране в багажника на самолета. Ако са в ръчния ви багаж, летищните служби за сигурност ще ви забранят да ги качите в самолета.

Вашият ръчен багаж

Сложете тежките предмети под седалката пред вас, а леките – в багажните отделения над седалките. Не блокирайте с багаж пътя към аварийните изходи и пътеките между креслата. Отваряйте багажниците над седалките внимателно – ако съдържанието им е разместено по време на полета, при отваряне от тях може да паднат предмети.

Пушенето

Пушенето в самолета е опасно. Забранено е на всички

България Ер ви желае безопасен и удобен полет. Висококвалифицираните ни летци, стюардеси и стюарди са обучени да осигурят безопасността ви. Ето някои основни моменти от безопасността, с които може да се запознаете, докато почивате и се наслаждавате на полета на България Ер.

Bulgaria Air wishes you a safe and comfortable journey. Our highly trained flightdeck and cabin crews are here to take care of your safety. While relaxing and enjoying Bulgaria Air's inflight service, you may consider the basic points that follow.

полети на България Ер. На кабинния екипаж е наредено да следи за изпълнението на забраната. Не пушете в тоалетните, които са оборудвани с датчици за дим.

Упътванията за безопасност

Преди замиване и пристигане кабинният състав на България Ер ще ви запознае с правилата за безопасност в самолета. Упътването включва сведения за предпазните колани, кислородните маски, изходите, аварийното напускане на самолета, спасителните жилетки. Молим за вашето внимание по време на демонстрацията. Разгледайте инструкцията за безопасност в самолета, която е в жоба на седалката пред вас.

Кабинен екипаж

Кабинният екипаж на България Ер се грижи да ви обслужва отлично и да осигурява безопасността по всяко време. Не се притеснявайте да повикате стюардесите и стюардите, като използвате разположения над креслото ви бутон, да споделяте коментарите си с тях и да ги 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 health

If you have any medical concerns about making a journey, or if you suffer from a respiratory or heart condition, see your doctor before traveling. There are over-the-counter medicines available, but we recommended always consult a doctor to determine which are suitable for you.

Your luggage

Try to travel light. Carrying heavy bags can cause considerable stress you may not be used to. Arriving at your sit exhausted and perspiring is not a good start to your journey. In your hand luggage, carry only essential items which you will genuinely need during the flight.

Your check in deadline

Arrive early at the airport. Give yourself plenty of time to check

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 2006г. 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 100мл всяка и общо до 1л, поставени в самозалечатващ 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, пена 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.

From 6 November 2006 the European Union adopted new security rules that restrict the amount of liquids you can take through security checkpoints, in addition to other prohibited articles. These liquids must be in individual containers with a maximum capacity of 100 ml each, packed in one transparent, resealable plastic bag (with a capacity of no more than one litre), the restrictions apply to liquids such as water, drinks, soups, syrups, make-up, creams, lotions, gels, perfumes, deodorants, sprays, tooth paste and shaving foam. Liquid foods for babies and any medication a passenger may need during a flight are exempt from the above restrictions but must be presented at security checkpoints.

This is not an exhaustive list. If in doubt, please, consult the airport staff who will be happy to provide you with more detailed information.

Уважаеми пътници,

В съответствие с директива на Европейската комисия 68/2004 от 15 януари 2004г., в охраняемите зони на летищата и в ръчния багаж не бива да се слагат предмети, с които е възможно или изглежда възможно да се причини нараняване, сред забранените предмети са:

- | | | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|---|---|--|
| • всякакви видове огнестрелно оръжие; | • катапулти и харпуни; | • имитации на огнестрелно оръжие, в това число детски изракци; | • оръжейни части, с изключение на уреди за телескопично виждане; | • пожарогасители; | • електрошокови уреди; | • брадви, секири, сатър, томахавки; | • лъкове, къси копия; | • всякакви заострени метални предмети, |
| които могат да послужат за нараняване; | • ножове, независимо от предназначението им; | • саби, мечове; | • бръснари, скалпели; | • ножици, с режеща част по-дълга от 6см; | • бормашини, отвертки, клещи, чукове; | • кънки за лег; | • всички видове спортни стикове, бухалки, щeki и тояги; | • всички видове оборудване за бойни |
| спортове; | • амуниции, гранати, мини, военни експлозиви; | • детонатори; | • газ и газови контейнери; | • всякакви пиротехнически средства; | • хлор, парализиращи спрейове, свързотворен газ; | • терпентин, разреждател и аерозолна боя; | • напитки с над 70% съдържание на алкохол; | |

Dear passengers,

In keeping with European Commission Regulation № 68/2004 of 15 January 2004, any object capable, or appearing capable of causing injury should not be carried into the security restricted areas of the airports and into the aircraft's cabins. These include, but are not limited to:

- | | | | | | | | | |
|--------------------------|---------------------------|--|--|---|--|---|-------------------------------|--|
| • all types of firearms; | • catapults and harpoons; | • replica or imitation firearms, toy guns; | • component parts of firearms (excluding telescopic sighting devices); | • fire extinguishers; | • stun or shocking devices; | • axes, hatchets, meat cleavers; machetes; | • arrows and darts; | • any type of sharpened metal objects, which could cause injury; |
| • all types of knives; | • sabers, swords; | • open razors and blades, scalpels; | • scissors with blades more than 6 cm in length; | • drills, screwdrivers, crowbars, hammers; | • ice skates; | • any type of sport bats, clubs, sticks or paddles; | • any martial arts equipment; | • ammunition, grenades, mines, explosives |
| and explosive devices; | • detonators; | • gas and gas containers; | • any pyrotechnics; | • chlorine, disabling or incapacitating sprays, tear gas; | • turpentine and paint thinner, aerosol spray paint; | • alcoholic beverages exceeding 70% by volume. | | |

THE FACE OF

Bulgaria Air

National Carrier www.air.bg



Airbus A320-214

LZ-FBC, LZ-FBD, LZ-FBE



Airbus A319-112

LZ-FBA, LZ-FBB

Airbus A319-111

LZ-FBF



Boeing 737-300

LZ-BOT, LZ-BOO



BAe 146-300

LZ-HBE, LZ-HBD, LZ-HBF, LZ-HBG

BAe 146-200

LZ-HBB, LZ-HBC, LZ-HBZ



Embraer 190-100

LZ-SOF, LZ-VAR, LZ-BUR, LZ-PLO

CODESHARE PARTNERS

Co-operative and marketing abetments with other airlines are an integral part of Bulgaria Air operating policy. Code sharing agreements enable travelers to take advantage of a greatly enhanced spectrum of global destinations with the minimum of procedural inconvenience.



SOFIA - MOSCOW

Both airlines operate codeshare flights between Bulgaria and Russia.

VARNA/BOURGAS - MOSCOW

Jointly operated services using Bulgaria Air aircraft and crew.



SOFIA - PARIS

Both parties operate and have a seat exchange programme.



SOFIA - ROME

Both parties operate and have a seat exchange programme.

SOFIA - MILAN

Jointly operated services using Bulgaria Air aircraft and crew.



SOFIA - MADRID

Jointly operated services using Bulgaria Air aircraft and crew.



SOFIA - AMSTERDAM

Jointly operated services using Bulgaria Air aircraft and crew.



SOFIA - WARSAW

Jointly operated services using LOT aircraft and crew.



SOFIA - BUCHAREST

Jointly operated services using Tarom aircraft and crew.



SOFIA - PRAGUE

Jointly operated services using Bulgaria Air aircraft and crew.



SOFIA - PAPHOS
SOFIA - LARNACA

Jointly operated services using Bulgaria Air aircraft and crew.

ccb Club



Вземи го **20%** отстъпки при покупка от

ЛУКОЙЛ

България Ер
Национален Превозвач www.air.bg



Отстъпките са под формата на бонус точки.



Централна Кооперативна Банка
Важният си ти.

0800 11 400
www.ccb-club.bg

Дестинации Destinations



CODESHARE PARTNERS

Code share партньорството позволява на авиокомпаниите да предлагат на своите пътници повече полети до дадената дестинация при облекчена процедура за резервация, както на собствените полети, така и на полетите на партньора по маршрута.

The Code share partnership enables airlines to provide for their valuable customers more frequencies to each particular destination at facilitating booking procedure, on every own operated or marketing flight en route.



SPA PARTNERS

Special prorate agreement е сред основните търговски договори, представящ на партньорските авиокомпани 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.



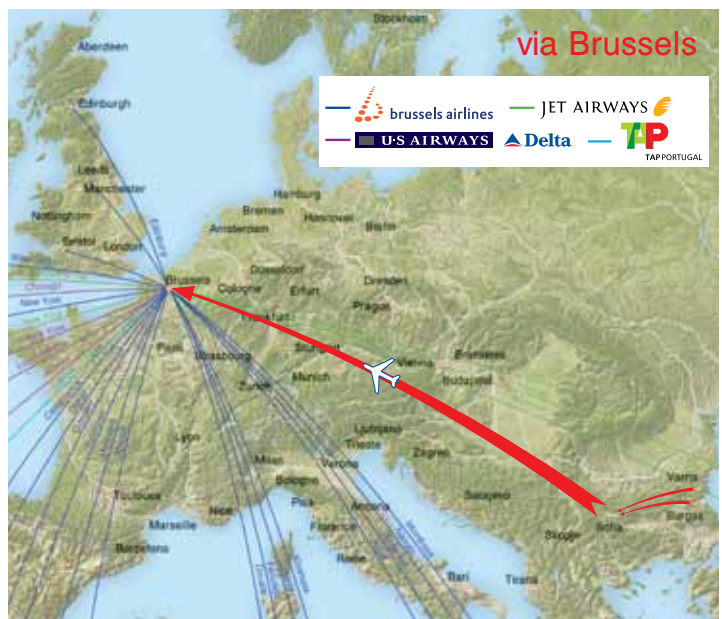
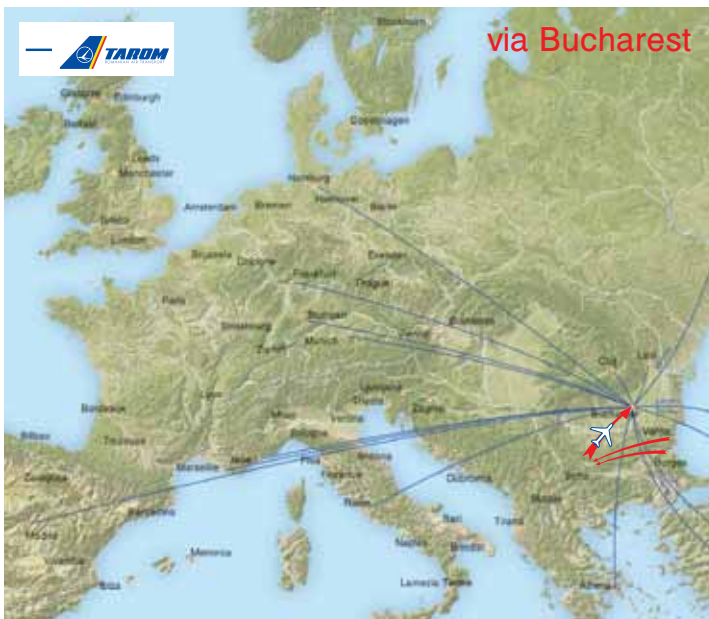
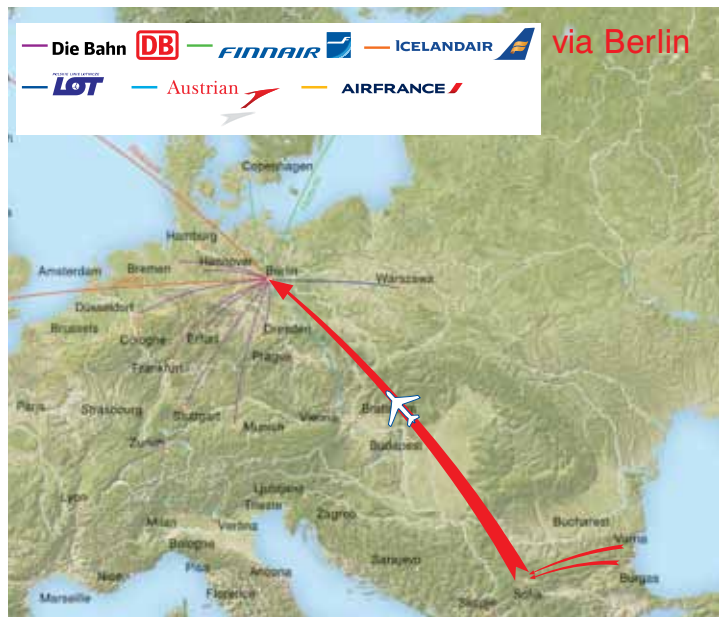
INTERLINE PARTNERS:

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

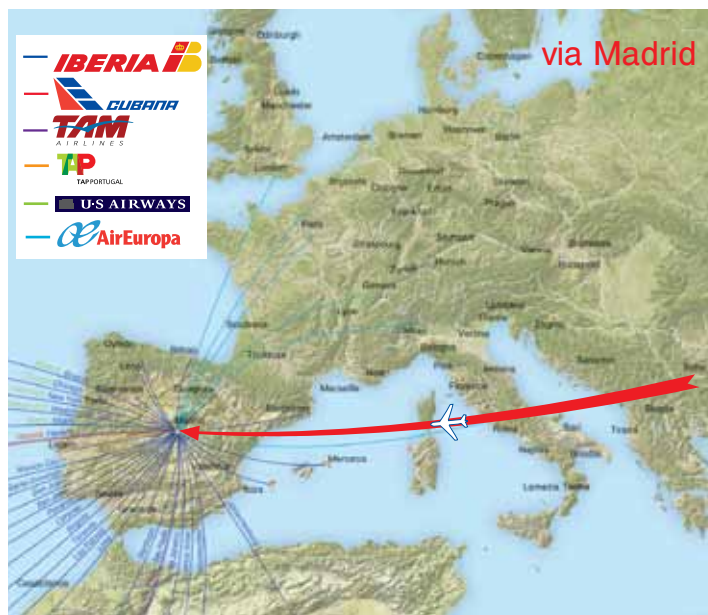
The Interline agreement permits the acceptance of each other's airtickets and that way contributes significantly both airlines to be able to offer customers reciprocally their product on schedule services.



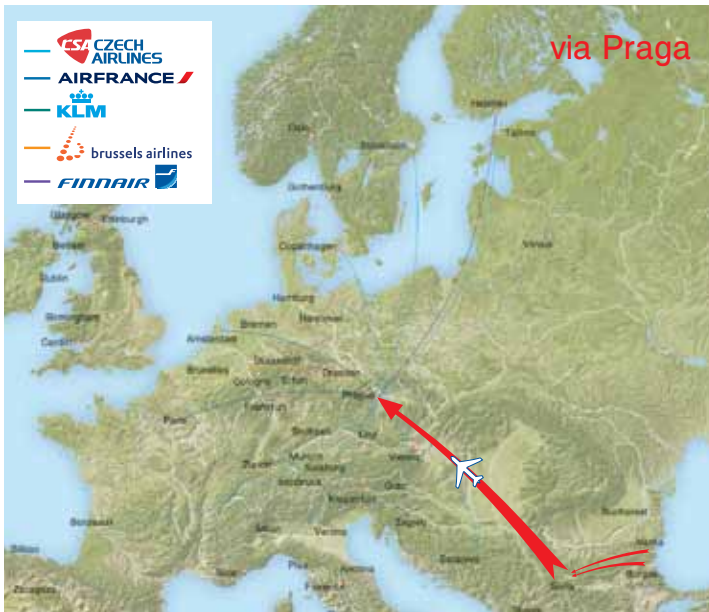
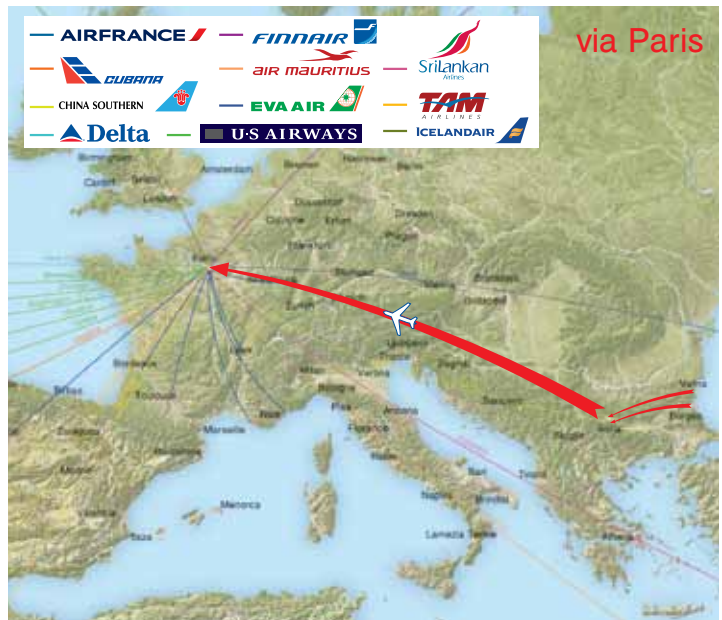
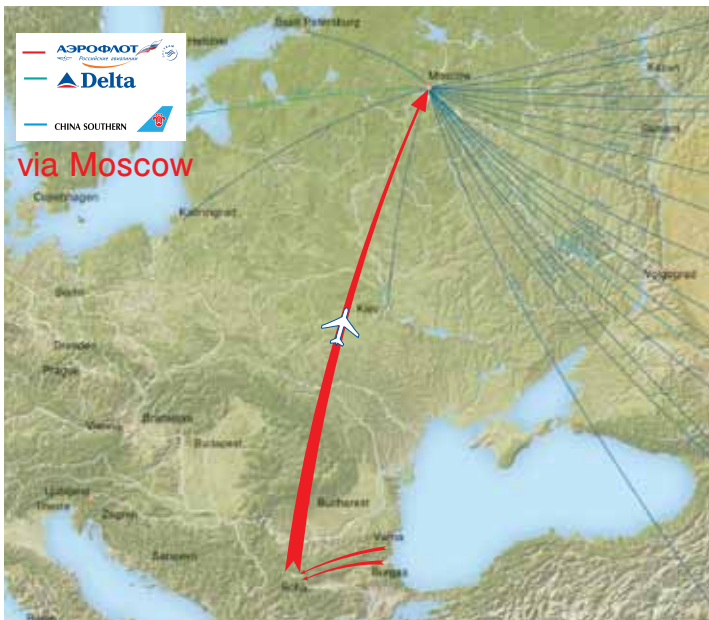
Летете до Всяка точка на света с България Ер и партньори.
 Fly anywhere across the world with Bulgaria Air and partners.



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



Fly anywhere across the world with Bulgaria Air and partners.



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

<p>SOF BOJ VAR</p> 	<p>Call Center <i>Working Hours:</i> Every day 08:00-22:00 Local Time</p>	<p>phone: (+359) 2 402 04 00 e-mail: callFB@air.bg web: www.air.bg</p>
	<p>Ticket office 2 Ivan Vazov Street <i>Working hours:</i> Monday-Friday 9:00-12:00/12:30-17:30 Local Time</p>	<p>e-mail: tickets1@air.bg web: www.air.bg</p>
	<p>Sofia Airport, Terminal 2, Departures Ticket Counters <i>Working Hours:</i> Every day 05:00-23:00 Local Time Saturday 5:00-20:30 Local Time</p>	<p>web: www.air.bg</p>
	<p>Varna Airport Office Monday-Friday 09:00-17:30 Local Time</p>	<p>phone: (+359 52) 573 32 fax: (+359 52) 501 039 e-mail: varna@air.bg web: www.air.bg</p>
	<p>Varna - City Office 55, 8-mi primorski polk blvd <i>Working Hours:</i> Monday-Friday 09:00-20:00 Local Time Saturday 10:00-18:00 Local Time</p>	<p>phone: (+359 52) 651 101 e-mail: varna_city@air.bg web: www.air.bg</p>
	<p>Bourgas Airport Office Bourgas airport, Terminal Departures, floor 2 <i>Working Hours:</i> Monday-Friday 09:00-17:30 Local Time</p>	<p>phone: (+359 56) 900 155 fax: (+359 56) 870 132 e-mail: boj@air.bg web: www.air.bg</p>
	<p>Shoumen 10, Patleina str. <i>Working Hours:</i> Monday-Friday 08:30-17:00 Local Time</p>	<p>phone: (+359 54) 830 198 e-mail: shoumen@air.bg web: www.air.bg</p>
	<p>Head office 1, Brussels Blvd Sofia Airport, Sofia 1540 <i>Working Hours:</i> Monday-Friday 09:00-17:30 Local Time</p>	<p>fax: (+359) 2 984 02 03 e-mail: office@air.bg web: www.air.bg</p>
<p>BRU</p> 	<p>Belgium - Brussels Brussels National Airport Level Departure, BE 1930 Zaventem <i>Working hours:</i> Monday, Wednesday, Thursday: 07:10-08:05/09:00-12:30 13:00-17:00/18:20-19:30 local time Tuesday: 09:00-12:30/13:00-17:30 18:20-19:30 local time Friday: 09:00-12:30/13:00-17:00 18:20-19:30 local time</p>	<p>phone: +32 2 753 2016 +32 2 753 2017 e-mail: brussels@air.bg brussels2@air.bg web: www.air.bg</p>

<p>LCA PFO</p> 	<p>Nicosia, Cyprus "Louis Aviation" - 11 Lemesos Avenue, 2112 Nicosia, P.O. Box 21301, 1506 Nicosia, Cyprus.</p>	<p>phone: +357 225 88 182 +357 223 76 606 e-mail: bulgariaair@louisgroup.com web: www.air.bg</p>
<p>FRA BER</p> 	<p>Germany - Frankfurt Germany, D-60325 Frankfurt am Main, Guiolettstr. 50</p>	<p>phone: +496 928 41 86 fax: +496 929 12 45 e-mail: frankfurt@air.bg web: www.air.bg</p>
	<p>Germany - Berlin Germany, 10117 Berlin, Leipziger str.114-115</p>	<p>phone: +493 025 144 60 fax: +493 025 133 30 e-mail: info@berlin-bat.de web: www.air.bg</p>
<p>LON</p> 	<p>United Kingdom - London Ticket Pod 1 Terminal 4 London Heathrow Airport Hounslow, Middlesex TW6 3FB</p>	<p>phone: +44(0) 2087 459 833 e-mail: LHR@bulgaria-air.co.uk web: www.air.bg</p>
<p>MOW</p> 	<p>Russia - Moscow Ticket office Kuznetskiy Most, 3 Str. <i>Working hours:</i> Monday - Friday 09:00-18:00 local time Saturday 10:00-14:00 local time</p>	<p>phone: +79 26 99 23 637 e-mail: ticketmow@air.bg moscow@air.bg web: www.air.bg</p>
	<p>Russia, Sheremetyevo Airport, Terminal F, DAVS, fl.2, office 13-14 <i>Working hours: 24h</i></p>	<p>phone: +749 59 56 4661 e-mail: svoapfb@mail.ru web: www.air.bg</p>
<p>TLV</p> 	<p>Israel - Tel Aviv Open Sky LTD Israel, Tel Aviv, 23 Ben-Yeehuda stl. <i>Working hours:</i> Monday, Tuesday, Wednesday, Thursday, Sunday 09:00 - 17:00 local time</p>	<p>phone: +972 379 51 355 +972 379 51 354 e-mail: annie@open-sky.co.il web: www.air.bg</p>
<p>USA</p> 	<p>Mailing Address: 1819 Polk St #401 San Francisco, CA 94109 <i>Working Hours:</i> Monday - Friday 9am - 5pm, Saturday - Sunday 9am - 1pm (EST)</p>	<p>phone: 1-855-FLY-TO-BG (359-8624) e-mail: tickets@bulgariaairusa.com web: www.air.bg</p>
<p>VIE</p> 	<p>Austria - Vienna Intervega Reisen GmbH Austria, A-1010 Wien, Tiefer Graben 9 A-1010 Wien, Tiefer Graben 9</p>	<p>phone: +43 153 52 550 +43 153 52 551 e-mail: intervegereisen@aon.at web: www.air.bg</p>
<p>ZRH</p> 	<p>Switzerland - Zurich Switzerland, CH-8060, Zurich Airport - Terminal 1, P.O. BOX 2165 Monday - Friday 9:30-12:30/13:30-17:30 local time</p>	<p>phone: +41 443 616 154 +41 443 616 284 fax: +41 443 616 160 e-mail: zurich@air.bg web: www.air.bg</p>