

ПРИСТА

КОРПОРАТИВНО ИНФОРМАЦИОННО ИЗДАНИЕ

Януари / Март 2013



Два милиона
5-литрови туби масла
ще произведе Приста ойл
за Нафтал- Алжир

Предизвикателствата
пред малките производители
на смазочни продукти



ЗАСТРАХОВАТЕЛНО ДРУЖЕСТВО



EUROINS
MEMBER OF EUROHOLD



КАСКО

24/7

АВТО АСИСТАНС

ЗА ЛЕКИ АВТОМОБИЛИ

За повече информация потърсете регионалния представител или застрахователен посредник на «ЗД ЕВРОИНС» АД във вашия град.



0700 17 241

www.euroins.bg

Едва ли има човек, който пряко или косвено, лично или на работното си място не е изпитал проблемите, които световната икономическа криза създаде.

Естествено, най-засегнати се оказаха онези компании, които се развиват на база пазарните принципи и работят в условия на жестока международна конкуренция.

Своевременното излизане и пренасочването на пазарите към Близкия Изток от страна на Приста ойл показва отлична стратегическа позиция. Но за да има бизнес или по-скоро да се стигне до сделка, трябва да се харесат и двете страни. И се оказа, това е така, че Приста ойл бе предпочетена компания наред с други световноизвестни производители на смазочни продукти.

Заводът на Приста ойл печели клиенти с редица предимства, които правят компанията предпочитан партньор. Партньор, защото веднъж изпълнил договорена поръчка, получава кредит на доверие, което за радост, се е заслужило с увеличените обеми смазочни продукти, които Приста ойл изпълнява за поредна година.

Това е единият аспект на бизнеса, който предполага успех. Но на тазгодишната световна конференция в Лондон, бе зададен въпросът - кой гарантира качеството на произвежданите и предлагани на пазара моторни масла на крайния потребител. Възможностите са различни - чрез участие и подписване на споразумения с организации и фирми за спазване на условия за производство, изпитване и доказване на съответствие с международни спецификации. Нещо, в което Приста ойл инвестира и гарантира пред своите клиенти.

Компанията притежава над 10 лиценза за моторни масла по API. Компанията е подписала лицензионно споразумение с API, за използване на лицензионния знак за повече от 20 продукта.

Приста ойл разполага с модерна лаборатория и доказани специалисти, които във всеки един момент могат да докажат годността и качеството на произвежданите масла, нещо, с което малко производители в региона може да се похвалят.

Но със сигурност времето на ниските цени, колкото и да са предпочитани, изтича, предвид скъпите съвременни двигатели, които не търпят компромиси и „наказват“ скъпо всеки опит да бъде пренебрегнато качеството.

4 Два милиона 5-литрови туби масла ще произведе Приста ойл за Нафтал - Алжир

5 Финансистите на Приста ойл груп обсъдиха новата структура на финансовата функция на компанията

6 Предизвикателствата пред малките производители на смазочни продукти

10 Милен Маринов: Ефективното управление се базира на процеси, организация и ефективни комуникационни канали

14 TEXACO направи промяна в продуктите наименования на маслата от серията URSA

18 „Интерком Груп“ развива надеждно партньорство с Приста ойл

20 „Антилед“ на Верила набира авторитет и одобрения



Р. Николаев
Гл. редактор

Издава: "ПРИСТА ОЙЛ ХОЛДИНГ" - ЕАД
Румен Николаев - главен редактор
моб.: 088 874 82 18
тел.: 082 810 123
e-mail: rumen.nikolaev@prista-oil.bg
www.prista-oil.com

Албена Иванова - Василева
консултант

Предпечат:
 Русе ПРЕС

За мнения и препоръки:
spisanie@prista-oil.bg

Два милиона 5-литрови туби масла ще произведе Приста ойл за Нафтал - Алжир



През 2013 година Приста ойл ще изпълнява трети по ред договор за производство на смазочни продукти и охлаждащи течности.

През 2012 г. компанията печели търг и от февруари т. г. започна изпълнението му. Този път ще бъдат произведени два продукта. Първият е **PRISTA** M 16 E в 5 литрова пластмасова опаковка. Видът на изделието не е особено впечатляващ, но за отбелязване е количеството - 8 500 тона, което е прецедент за Завода за смазочни продукти в Русе от създаването му до момента. Нагледно поръчката пред-

ставява близо 2 млн. туби от 5 литра.

Вторият продукт е трансмисионно масло EP 85W90. Приста ще трябва да произведе 800 тона, които ще бъдат разфасовани във варели. Обемът и договорката предполага тази поръчка да се изпълни за две седмици.

За първи път Приста ойл работи за Алжир през 2009 година. Тогава е подадена оферта за участие в търг, но се стига само до подаване на техническа оферта.

Две години по-късно вече компанията е допусната и подава и

финансова оферта, като е одобрена сред още 8 световно известни компании за близо една трета от цялата поръчка, Циклон, Репсол, Волф ойл и др. Тогава Приста изпълнява поръчка за 2500 т. моторни масла и смазочни продукти.

През 2012 г. Завода за смазочни продукти успя да реализира само за три месеца най-голямата си в историята поръчка, този път за Йемен.

Финансистите на Приста ойл груп обсъдиха новата структура на финансовата функция на компанията



На 13 и 14 декември 2012 година беше проведена втората годишна среща на финансовата функция на Приста ойл груп. В нея взеха участие финансовите мениджъри на Монбат АД, Монбат Рисайклинг, Монбат Сърбия, Приста ойл холдинг, Богдани Петрол, УЗ Приста, Приста ойл Турция, Румъния, Украйна и Старойл. Срещата бе ръководена от главния финансов директор на групата Петър Бозаджиев и директор финансов контрол Милен Маринов.

През първия ден беше отделено внимание на новата структура на финансовата функция и

на все по нарастващото значение на ролята, която тя има в управлението и стратегическото планиране на дейността на групата. Представени бяха приоритетите в нейното развитие и новите задачи и цели за постигане. Представен беше проектът за новата макро рамка на финансовия репортинг (Global Financial Outlook).

През втория ден на срещата бяха разгледани проблеми и начини за подобряване на текущото финансово отчитане и изготвяне на финансови отчети. С участието на представители от Делойт България бяха разгледани въпроси по данъч-



ното планиране и трансферното ценообразуване, както и подготовката за одита на дружеството за 2012 година.

Предизвикателствата пред малките производители на



По време на 17-та световна годишна конференция за базови масла, състояла се на 21-22 Февруари в Лондон, фирмата MORRIS Lubricants, изнесе доклад за проблемите, с които се сблъскват малките производители на масла. Фирмата е основана през 1869 година във Великобритания и е една от водещите компании. Разполага с модерен завод, склад, собствен автопарк и 120 души персонал. Изнася към 65 държави и въпреки добрата репутация за качество, гъвкавост и изключително доброто обслужване на клиентите се сблъсква с проблемите, които имат всички сходни фирми на Европейския пазар. По-долу сме описали какво сподели, по време на срещата, Jan Trocky - Генерален мениджър „Маркетинг и Технологии“ в Morris Lubricants.

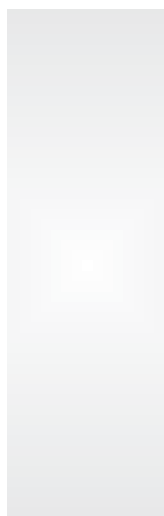
Моделът на индустриалното развитие в Европа, преминава през различни етапи, свързани с непрекъснато подобряване и усъвършенстване в ресурсно, технологично и иновативно отношение, което засяга в голяма степен производителите на масла.

От гледна точка на ресурсното обезпечаване има голям избор и в същото време големи ограничения. На Европейския пазар има много голямо разнообразие на базови масла. Те са с различен произход,

смазочни продукти

качество и приложение. В момента наред с европейските и американски фирми, има много азиатски фирми, които предлагат евтини базови масла, защото използват евтина работна ръка. За съжаление използването им е ограничено, защото много често само малка част от тях са одобрени от производителите на добавки и/или производителите на автомобили и оригинално оборудване за автомобили. Друг недостатък е, че доставките им са неритмични, защото са разположени на далечни разстояния. Природни бедствия, аварии, дълго време за транспорт и др. фактори са сериозна пречка за тяхното използване. Това ограничава малките производители на смазочни масла. Въпреки че от технологична гледна точка разполагат със сходни технологии и техника за производство, с тази на големите производители, те не са в състояние да предлагат конкурентни продукти. Причината е, че големите играчи, с големи договори и обеми, се ползват с преференции. Последните разполагат с големи финансови ресурси за изпитвания, производство и съхранение на базови масла.

Технологиите в производството на базови масла се развиват много динамично през последните години. Все по-сериозно на пазара



навлизат Група II и Група III базови масла. И докато предходните 5 години търсенето им надвишаваше предлагането, то за момента вече няма такъв проблем.

Друг проблем обаче се наблюдава. Съществува обаче т. нар. възможност за взаимозаменяемост на базови масла от една и съща група. Проблемът са правилата за взаимозаменяемост и времето нужно за провеждане на всичките изпитвания и тестове. Това затруднява процесите на одобрение на крайните производители на масла, дори за подготовка на „ребранд“ или „ребленд“ продукти. Когато не се използват одобрени базови масла, процесът на одобрение от OEM е много бавен или дори неуспешен.

Индустриалният сектор пък предлага много стандарти, които предлагат огромно разнообразие на продукти с разнородно качество и малка защита на механизмите и системите за смазване.

Освен ресурсното ограничаване има и законодателни промени, които в голяма степен увеличават разходите на малките производители.

Промените в законодателството се изразяват във въвеждане на екологични изисквания и норми за безопасни условия на труд. Това са регламентът REACH и Глобализираната хармонизация за класификация и етикетиране на химични вещества и смеси. Целта е намаляване на вредните вещества за



крайните потребители. Това налага постоянна актуализация и преглед на информационните листи за безопасност, което е свързано с осигуряване на допълнителен персонал.

Най-сериозният проблем, пред който са изправени малките производители е, че както за тях, така и за големите производители са валидни едни и същи стандарти, спецификации и изисквания за качество. Стандартите и спецификации за масла са препоръчителни и

всеки един производител, на своя отговорност взема решение за избора на методи и средства за гарантиране на качеството.

Проучванията на пазара показват, че 50% от маслата не отговарят на спецификациите, поради липса на лаборатории за изпитване, подходящо производствено оборудване или високо квалифициран технически персонал.

Така се изправяме пред въпроса:

Кой гарантира качеството за крайните потребители?

Възможностите са чрез участие и подписване на споразумения с организации и фирми за спазване на условия за производство, изпитване и доказване на съответствие с международни спецификации. Така например на API лицензиантите се разрешава да използват лицензионния знак на API, при условия, че продуктите са произведени съгласно стандартите и изискванията, посочени в API 1509. Лицензирането на масла от API среща глобална подкрепа, защото освен стандартните дейности по лицензиране и сертифициране на маслата, API има програма за следпродажбено одитиране. API или негов представител, могат да извършват периодични проверки или изпитвания на продуктите на Лицензианта, избирайки проби от търговската мрежа (пазара) и изпращайки ги в изпитвателна лаборатория за анализ, за да се определи дали продуктите отговарят на определените изисквания. При поискване от

API, Лицензиантът трябва да изпрати проби от своите продукти, на разносните на API, директно в посочената (определената) изпитвателна лаборатория за анализ, в посочените от API срокове. В случай, че има отклонения на фирмата производител на масла се налагат глоби и санкции. Освен това представителите на API могат да получат достъп до обектите и съоръженията, използвани от Лицензианта за производството, обработването или съхраняването на продуктите, носещи щемпелите. Всяко едно отклонение, може да доведе до отнемане на лиценза или глоби. API вече осъди двама търговци на смазочни масла и седем компании и частни лица, свързани с производители за нарушаване на търговската марка, фалшиви реклами, подправяне на документи и нарушаване на договори. Приста ойл притежава около 10 лиценза за моторни масла.

Другата възможност е подписание на писмо за съответствие на ATIEL каквото има и Приста ойл. Последното е обвързано с контролиране на процесите за осигуряване на качество съгласно спецификацията на ACEA. ACEA изисква всички претенции за качествата на маслата, удовлетворяващи тези спецификации, да се основават на достоверни резултати и контролирани изпитвания в акредитирани лаборатории. ACEA изисква всички двигателни тестове, използвани в подкрепа на претенциите за съответствие със спецификациите на ACEA, да бъдат генерирани съгласно

EELQMS (Система за управление на качеството на европейските моторни масла).

Доставчикът на маслото носи пълна отговорност за качествата на продукта, достигащ до потребителя, по отношение на предявените претенции за притежаваните от продукта качества и работоспособност. Кодекс ATIEL изисква всички масла, претендиращи за съответствие с изискванията на тест методиките на ACEA, да бъдат формулирани в завод, акредитиран по редовно одитирана система за управление на качеството, например стандарт за качество ISO 9002, или други признати сертифицирани системи за управление на качеството. Блендинг - заводът трябва да гарантира, че рецептурата, използвана при блендинга на търговския продукт, е точно същата като тази, която е използвана за създаването на Комплекта с документи за съответствие по ACEA. Към новите блендинг-заводи изискването е в рамките на 18 месеца от датата на стартиране на производството да се направят постъпки за пълно сертифициране по системата за качество ISO 9002 (или другите посочени по-горе системи за управление на качеството).

Всички претенции за съответствие със спецификациите на ACEA могат да се правят от компаниите производители и дистрибутори на масла, само след като са подписали Писмото за съответствие със EELQMS (Система за управление на качеството на европейските моторни масла).

Приста ойл холдинг е подписала лицензионно споразумение с API, за използване на лицензионния знак за повече от 20 продукта и Писмото за съответствие със EELQMS.



List of Companies who have signed the EELQMS (oil marketer's) Letter of Conformance

Brussels, January 15, 2013

Update number: 118

Participation in the European Engine Lubricant Quality Management System (EELQMS) implies a commitment to develop and manufacture those engine oils for which compliance with ACEA Oil Sequences will be claimed, or to have such engine oils developed or blended by third parties, in accordance with the guidelines, described in the ATIEL Code of Practice as well as a commitment to ensure an independent audit of the development and manufacturing process. These commitments are made in a "Letter of Conformance", issued by the participating entity to ATIEL.

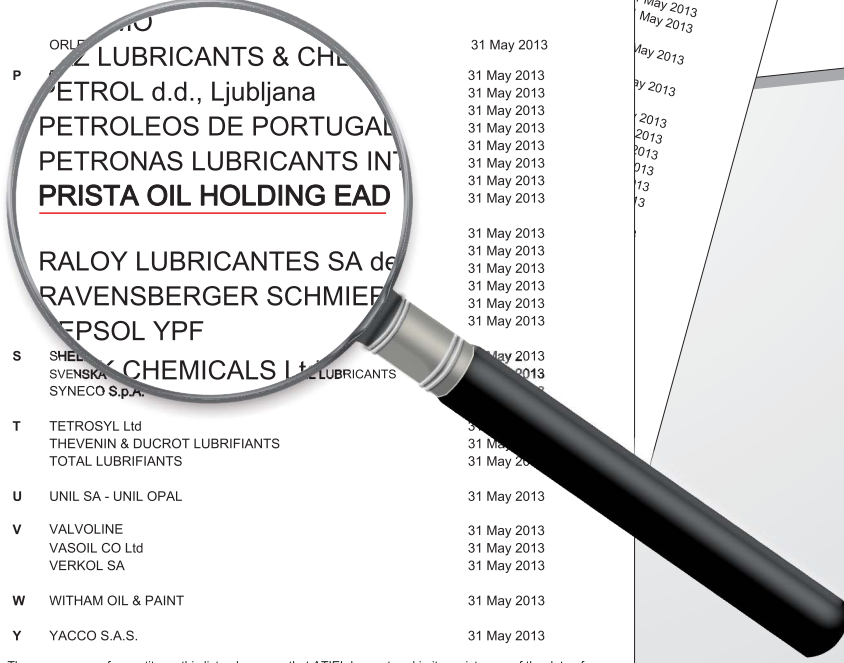
ATIEL confirms that it has registered the declaration of the following entities' participation in EELQMS*:

Company Name	Letter of conformance valid until
3 "3ST" d.o.o.	31 May 2013
A ACCOR	31 May 2013
ACEIT	31 May 2013
AIGLO	31 May 2013
AMAR	31 May 2013
ARAF	31 May 2013
B COMMA OIL & CHEMICALS Ltd	31 May 2013
CONDAT LUBRIFIANTS	31 May 2013
CYCLON HELLAS sa	31 May 2013
D DEUTSCHE PENTOSIN-WERKE GmbH	31 May 2013
DUCKHAMS	31 May 2013
DURAND Production	31 May 2013
E ENI S.p.A Div R&M	31 May 2013
Els. A. MAURAN & fils	31 May 2013
EXOL Lubricants Ltd	31 May 2013
EXXONMOBIL Lubricants & Specialties Europe	31 May 2013
F FERGUSON & MENZIES	31 May 2013
FUCHS PETROLUB AG	31 May 2013
G GB LUBRICANTS	31 May 2013
H ORLEN	31 May 2013
I PETROLUB	31 May 2013
J PETROL d.d., Ljubljana	31 May 2013
K PETROLEOS DE PORTUGAL	31 May 2013
L PETRONAS LUBRICANTS INTL	31 May 2013
M PRISTA OIL HOLDING EAD	31 May 2013
N RALLOY LUBRICANTES SA de	31 May 2013
O RAVENSBERGER SCHMIEB	31 May 2013
P EPSOL YPF	31 May 2013
Q SHELL	31 May 2013
R SVENSKA	31 May 2013
S SYNECO S.p.A.	31 May 2013
T TETROSYL Ltd	31 May 2013
THEVENIN & DUCROT LUBRIFIANTS	31 May 2013
TOTAL LUBRIFIANTS	31 May 2013
U UNIL SA - UNIL OPAL	31 May 2013
V VALVOLINE	31 May 2013
VASOIL CO Ltd	31 May 2013
VERKOL SA	31 May 2013
W WITHAM OIL & PAINT	31 May 2013
Y YACCO S.A.S.	31 May 2013

The appearance of an entity on this list only means that ATIEL has entered in its register, as of the date of the list, a valid Letter of Conformance of the entity concerned, appearing, on the face of it, to be genuine. ATIEL assumes no responsibility for the implementation by the entities identified above of their obligations, as defined in such Letter of Conformance, or for any damage that a breach thereof may cause to third parties. ATIEL can not be held responsible for any claims resulting from inclusion and non-inclusion of entities in this list. ATIEL also declines any responsibility with regard to the external audit procedure, which belongs to the domain of the relevant auditor.

*Any queries concerning this list should be addressed to the ATIEL office (info@atiel.org - fax: +32 2 566 91 36)

Page 3 of 3



Милен МАРИНОВ: Ефективното управление организация и ефективни комуникационни

Ако една компания няма визия, стратегия и усет за пазара, тя не може да бойното поле на бизнеса е осеяно и с компании, които при перфектна провалили заради лошо управление на паричните потоци

*Приста ойл е лидер в производството и продажбите на моторни и индустриални масла в Югоизточна Европа. Компанията развива своята дейност в над 20 страни от региона, като в някои от тях пазарният и дял е над 50%. Сред държавите с най-значително пазарно присъствие на продуктите с търговската марка **PRISTA** се открояват България, Румъния, Турция, Сърбия и др.*

Производствените мощности на Приста ойл се създават и развиват по най-модерни и иновативни технологии в резултат на собствени проучвания и разработки, а също така и в сътрудничество с водещи компании, в петролната и химическата индустрии - като Chevron Global Lubricants (Texaco), ERGON, GreenChem и др. Компанията притежава собствени заводи в България и Турция, в които се произвеждат смазочни материали, греси, експлоатационни течности за автомобили и автокозметика.

За стратегията на Приста ойл в условията на глобална икономическа криза и за ролята на доброто финансово управление в бизнеса разговаряме с Милен Маринов - групов финансов контролер на Приста ойл.

Г-н Маринов, вашият професионален опит включва над 10 г. работа в САЩ и Канада. На фона, на предишния ви опит, какво е специфичното за финансовото управление на Приста ойл?

Приста ойл груп е регионална компания с широко географско покритие. Представена е в над 20 държави, чрез местни подразделения или партньори. Конкретно за условията на нашия български пазар, именно тази международна представеност позволява на компанията да има различни механизми за промяна на своята дейност и за откриване на нови възможности, особено през последните години, в условията на световна икономическа криза.

Възможностите ни са наистина повече, отколкото имат компании, които са представени само на българския пазар. Наше конкурентно предимство е, че работата на много пазари ни осигурява гъвкавост и по отношение на продуктите, и по отношение на суровините. Използваме това за да предоставим на крайния клиент качествени продукти на добра цена, в подходящия момент и при добри условия. Подобен подход е основата за устойчив растеж на нашия бизнес. Международният мащаб дава достъп до по-широк спектър от клиенти, доставчици, а в някои случаи и до финансови инструменти, които стимулират оптимизацията на работния капитал.

Това е сериозно стратегическо и тактическо преимущество.

Оползотворяването на предимствата, които изброихте несъмнено изисква ефективно управление. Какви са основните предизвикателства за вас?

Разбира се мащабността има и своята цена. Усилията ни са насочени в няколко направления. Първо, пазарите са различни и не може да се наложи една и съща рамка като шаблон. Навсякъде трябва да се вземат предвид местните условия. Например пазарът в Турция е уникален – много по-различен от този в Унгария, Румъния или която и да е друга страна, в която

се базира на процеси, канали

постигне добри резултати. Но визия и отлични печалби са се

Милен Маринов е групов финансов контролер на Приста ойл. На тази позиция е от 4 години и отговаря за финансовата отчетност в рамките на цялата група. Професионалният му опит преди това включва 11 години работа в консултантската компания PricewaterhouseCoopers, от които 4 г., в България, 3 г. в Канада и 4 г. в САЩ. Завършил е две специалности в УНСС – първо “Международни икономически отношения”, а след това и “Счетоводство и контрол”. Сертифициран е като експерт счетоводител по американските счетоводни стандарти - Калифорнийския съюз на дипломираните експерт-счетоводител и като експерт по счетоводни разследвания на измами към Асоциацията на дипломираните разкриватели на измами, САЩ.



развиваме своята дейност. Трябва да отчитаме спецификата на този пазар, но за сметка на това, той е в пъти по-голям, отколкото в изброените страни взети заедно.

Предизвикателства възникват и в чисто оперативен план, когато трябва да се насочат парични и продуктови потоци по възможно най-ефективния и оптимален начин за компанията. Работим в условията на ликвидна криза, не само в България и Европа, а изобщо в световен мащаб. Банките прилагат различни и доста по-рестриктивни критерии, отколкото до 2008 г., което на практика затруднява бизнеса, но това са новите реалности. Тези условия са валидни както за нас, така и за

нашите конкуренти. Така че оптималното използване на работния капитал и изобщо на капиталовите средства трябва да се постигне по най-ефективния начин. В тази насока, различията между отделните пазари и като регулации, и като пазарни условия изискват доста умело маневриране, за да може в рамките на цикъла на завъртане на работния капитал да постигнем най-добрите резултати, а също така и колкото е възможно повече обороти. При преодоляването на тези предизвикателства ни улеснява това, че в страните, в които оперираме имаме стратегически партньори - в някои случаи това са компании, отговарящи за няколко пазара.

Същото се отнася и за банките, с които работим.

Какви инициативи, насочени към ефективното управление се реализират напоследък в компанията?

Приста ойл е на пазара вече над 15 години. Имаме установени партньорства и изградена репутация, които допринасят за постигането на добри резултати. Но това не би могло да се случи, ако не се инвестира в човешки капитал. Това е един много сериозен ангажимент на акционерите и на ръководството на компанията, особено през последните години. Защото едно ефективно управление се базира на процеси, на

организация, на структура, на ефективни комуникационни канали. Ако това е налице, резултатите не закъсняват. Както много други компании, ние използваме условията на кризата за да се реструктурираме, така че да бъдем готови за новите реалности, за това, което обещава утрешния ден, когато кризата отmine и всички пак застанат на стартовата позиция. Всъщност условията на криза са катализатор за оптимизиране на процесите в компанията, за преосмисляне на стратегията, за заемане на нови пазарни ниши. Това е свързано с естествената турбуленция на пазара – във време на икономически спад, едни играчи напускат пазара, а други заемат позиции в него. Протича прегрупиране по вертикала и по хоризонтала. Променят се позициите на лидерите на пазара. Това са естествени процеси. Въпросът е в тези условия компанията да успее да се възползва най-добре от възникващите възможности. В същото време условията на криза са един естествен почистващ механизъм. Те водят до оптимизация на разходи, до отпадане на ненужни процеси, до повишаване на ефективността от всяко направление. Всичко това е добре дошло.

В сравнение с предходната година, повишен или понижен е вашият оптимизъм, относно развитието на бизнеса?

От 2 години в Приста ойл сме в процес на сериозни промени. Те не са пряко свързани с кризата, а са насочени към изпълнението на нашата стратегическа програма. Огромната работа, която е извършена през тези две години обуславя резултатите, които очакваме в

средносрочна и в дългосрочна перспектива.

Настроени сме оптимистично, тъй като вярваме, че сме на прав път и промените, които осъществяваме ще разкрият нови възможности за компанията и тя ще бъде в състояние да постигне по-добри резултати.

Все пак не трябва да забравяме, че нашата компания, както всички останали е част от пазара. Ние сме участници в този пазар и като клиенти, и като доставчици. Така че за реализирането на нашите планове на 100% е необходимо възстановяване на пазарите. Моето лично мнение е, че такова възстановяване ще настъпи, макар и по-късно отколкото очаквахме. Забавянето, което наблюдаваме е свързано с глобалността на финансовите и капиталовите пазари от една страна и от друга – с чисто политически фактори в нашата част на света. Например едно адресиране на кризисните фактори в условията на ЕС е доста по-сложно отколкото в условията на САЩ (държава с единен пазар). Проблемът е, че в ЕС мерките се вземат с известно закъснение, всяко закъснение води до необходимост от по-силни мерки и към момента, в който се вземат те вече са недостатъчни.

Накратко, когато общата конюнктура се подобри, пред компаниите, включително и пред нас ще се отворят нови възможности. Считаме, че на база промените, които въведохме през последните години, след кризата ще бъдем с добри позиции.

Към какво е насочена сега стратегията на компанията?

Най-общо казано стратегията ни има за цел постигане на по-добра конкурентоспособност, по-добра ефективност при използването на наетия капитал и добро стратегическо позициониране на пазарите, на които оперираме. Това са трите основни направления, в които работим. Разбира се зад всичко това стоят поредица от мерки, структурни промени и т.н., насочени към изграждането на платформа, върху която компанията да се развива през следващите години.

Какъв е приносът на финансовата функция в компанията за реализацията на тази стратегия?

Финансовата функция има задачата да осигури необходимите комуникационни потоци и да бъде стожер и регулатор на използването и управлението на капитала с оглед на по-високата му ефективност. Полагат се целенасочени усилия за развитието на тази функция, с въвеждането на доста промени, включително и по отношение на информационното обезпечаване. Но преди всичко, от критично важно значение е правилното позициониране на функцията в компанията. Считам, че сме успели да намерим добро решение на този въпрос – т.е. да постигнали сме позициониране, при което финансовата функция може да изпълнява задачите си и да бъде ефективна.

В каква степен бизнес резултатите на една компания зависят от доброто финансово управление?

Доброто финансово управ-

вление е задължително за всяка компания, независимо колко голяма е тя или колко малка, независимо в коя част на света оперира. Доброто финансово управление не зависи и от външните фактори – то може да се реализира, така както човек може да се облече подходящо независимо от атмосферните условия (дъжд, сняг и т.н.).

Казвам “подходящо”, защото атмосферните условия се променят. Стратегията на компанията също се променя, когато се променят условията на пазара и тенденциите за неговото развитие.

Каквато и да е програмата на една компания, винаги са налице вътрешни и външни рискове. Част от тях са контролируеми други – не. Доброто финансово управление трябва да допринесе за управлението на тези рискове. Така че във всеки момент, при вземане на ежедневните решения и при разработката на стратегията финансовата функция трябва да бъде на „пост“. При изпълнението на стратегията тя трябва да бъде партньор и консултант на бизнеса (а не както в много случаи коректив), за да бъде максимално полезна за компанията.

Моето лично мнение е, че усилията за развитието и позиционирането на финансовата функция са задължителни за всяка компания, а инвестициите в нея (включително в човешки ресурси, информационни системи и т.н.) са едни от най-добре похарчените пари. Вярно е, че ако една компания няма визия, стратегия и усет за пазара, тя не може да постигне добри резултати. Но пък е и факт, че бойното поле на бизнеса е осеяно с компании, които при перфектна визия и отлични печалби са се провалили заради

лошо управление на паричните потоци.

Бих обобщил, че за да бъде успешна една компания тя трябва да има добър бизнес модел, усещане за пазара, контакти и стратегия, добри мениджъри, които да развиват бизнеса и от друга страна добра финансова функция, която да ги подпомага във всяко отношение.

Напоследък доста се говори за ролята на финансовите иновации. Според вас, къде могат да се търсят иновативни подходи във финансовото управление?

От както свят светува принципите за добро управление винаги са били едни и същи. Да, променящата се среда налага някои иновации, за да има една реципрочност и адекватност, но иновациите се диктуват от пазара. Ако например се появят нови регулации, трябва да реагираме с въвеждането на съответна организация. Ако финансовите и капиталови пазари се развият в такава степен, че да предложат използването на различни инструменти – гъвкави схеми, облекчени условия и т.н., трябва да се възползваме от тях. Същото важи ако се появят възможности за използване на данъчни облекчения и т.н.

Върху какви аспекти от работата на финансовите отдели считате, че е важно да се обърне внимание сега, за да се осигури успешната им работа в перспектива?

Сега е подходящият момент за реструктуриране и оптимизиране на процеси и на функции. Това е валидно не само в областта на

финансите, а изобщо на функции, които са критично важни за работата на компанията - например в областта на управление на цикъла на доставките и на продажбите и т.н. Сега е моментът да се огледат всички лостове и механизми за постигане на по-висока ефективност - особено при използване на работния капитал, адресиращ типичния за кризата проблем с ликвидността.

Важно е да се обърне внимание също така на оптималното използване на разходите, на структурирането на процесите, на информационното осигуряване – това са неща, за които не остава време в период на икономически възход и бум на пазара.

Въпросите зададе Надя Кръстева



ТЕХАСО направи промяна в продуктите наименования на маслата от серията URSA

От началото на октомври Техасо направи промени в дълго създаваната и добре позната марка масла сред клиенти и дистрибутори серията – URSA® - моторни масла за тежкотоварни автомобили.

Причините са свързани преди всичко с тенденциите в маслата предлагани на пазара и по-конкретно с навлизането на масла, осигуряващи ниски емисии и от друга - тенденцията за използване на масла, осигуряващи икономия на гориво.

Измененията се изразяват в следната промяна на продуктите наименования:

Ново наименование	Старо наименование
URSA® Ultra XLE 5W-30	URSA® Ultra X 5W-30
URSA® Ultra X 10W-40	URSA® Ultra X 10W-40
URSA® Ultra X 10W-30	Нов продукт
URSA® Ultra S 10W-40	Нов продукт
URSA® Ultra LE 15W-40	URSA® Ultra 15W-40
URSA® Ultra LE 10W-30	URSA® Ultra 10W-30
URSA® Premium TDX (E4)10W-40	URSA® TDX 10W-40
URSA® Premium TDS 10W-40	Нов продукт
URSA® Premium TD 10W-40	URSA® Super TD 10W-40
URSA® Premium TD 15W-40	URSA® Super TD 15W-40
URSA® Premium TD 20W-50	URSA® Super TD 20W-50
URSA® HD 10W-40	URSA® HD 10W-40
URSA® HD 15W-40	URSA® Super LA 15W-40
URSA® HD 20W-50	URSA® Super LA 20W-50
URSA® HD 40	URSA® Super LA 40
URSA® HD 30	URSA® Super LA 30
URSA® HD 10W	URSA® Super LA 10W

Прилагаме и част от новите продуктови спецификации на продуктите.



Ursa® Premium TD

ДИЗЕЛОВО МОТОРНО МАСЛО С ДОКАЗАНИ КАЧЕСТВА

Подобрена ефективност на двигателя

Поддържа надеждността

Максимален живот на двигателя

Намалени разходи за поддръжка и техническо обслужване

Избраните спецификации и стандарти включват:
ACEA, API, Caterpillar, Cummins, Daimler, Deutz, Mack, MAN, MTU, Renault Trucks, Volvo

Предимства за клиента

- Подобрена ефективност на двигателя - предлага устойчивост на нискотемпературен шлам, високотемпературно окисление и отложения по буталата.
- Поддържа надеждността - съдейства за защитата на двигателя и лагерите от корозия и износване благодарение на ефективната детергентност и контрола върху киселинността
- Максимален живот на двигателя - осигурява надеждна защита от износване на двигателя и полиране на цилиндрите с което се удължава работоспособността.
- Намаляване на разходите за поддръжка - ефективното диспергиране на саждите спомага за предотвратяване на

престоите за извънпланово обслужване, намалявайки разходите.

· Надеждност - предпазва от износване и отложения, дължащи се на саждите и обезпечава стабилност на вискозитета и намалява запущването на филтрите.

Приложения

· Предназначени за употреба в дизелови двигатели с естествено пълнене или турбонагнетяване, с или без "intercooling" (междинен охладител) в камиони, автобуси, лекотоварни транспортни средства, извънпътна, строителна, минна и селскостопанска техника и машини, и дизелови корабни двигатели.

· Разработено специално да осигурява добра работа в множество двигатели с EGR системи, в повечето

двигатели със SCR системи и двигателите без филтри за частици (DPF).

Одобрения: Deutz - DQC III-10; Mack - EO-N; Renault Trucks - RLD-2; Volvo - VDS-3

Спесификации:

SAE 10W-40 & 15W-40

· ACEA - E7; API - CI-4/SL; Caterpillar - ECF2; Cummins - CES 20076, CES 20077; Daimler - одобрение по MB 228.3; MAN - M3275-1; MTU - Oil Category 2

SAE 20W-50:

· ACEA - E7; API - CH-4/SL

Препоръки: Ursa Premium TD 20W-50 е подходящо за употреба в MB 228.3 и MAN 3275-1 приложения.



Ursa® HD 15W-40 & 20W-50

ВИСОКОЕФЕКТИВНИ МОТОРНИ МАСЛА ЗА ТЕЖКОТОВАРНИ ДИЗЕЛОВИ ДВИГАТЕЛИ

Поддържат двигателя чист

Стабилна защита на двигателя от износване

Осигуряват защита на маслото от сгъстяване при високи температури

Избраните спесификации и стандарти включват: API, ACEA, Daimler, Mack, MAN, MTU, Volvo

Предимства за клиента

· Детергентните и дисперсанти добавки осигуряват поддържането на чист и работоспособен двигател

· Формуляцията обезпечава защитата на двигателя от износване и намаляване на престоите за техническо обслужване.

· Комбинацията от минерални масла и добавки предлага защита на маслото от сгъстяване при високи температури.

· Комбинацията от добавки съдейства за защита на лагерите от корозия и намаляване на необходимостта от поддръжка.

· Защита на компонентите благодарение на добавките, потискащи пенообразуването и поддържането на непрекъснат смазващ филм

Приложения

· Ursa HD 15W-40 & 20W-50 са разработени за употреба в тежкотоварни дизелови двигатели или смесени автопаркове (дизелови и бензинови), работещи както в магистрални, така и в извънмагистрални машини и техника.

Предназначени са за дизелови двигатели с естествено пълнене или турбонагнетяване в различни видове транспортни средства в т.ч. тежкотоварни камиони, строителна, минна и селскостопанска техника.

· Ursa HD 15W-40 & 20W-50 осигуряват защита и в двигатели, за които се препоръчват масла, удовлетворяващи предишните спесификации CCMC D4, PD2 и G4.

Препоръки:

Ursa HD 15W-40 & 20W-50 са подходящи за употреба в следните приложения:

· API - CG-4/SJ; ACEA - E2, A2, B2; Daimler - MB 228.1; Mack - EO-L (само 15W-40); MAN - 271; MTU - Oil Category 1 (само 15W-40); Volvo - VDS (само 15W-40)

НАРЕД С ПРОМЕНЕТЕ В СЕРИЯТА URSA, Chevron Lubricants ревизира продуктовата група от премиумни хидравлични течности. Промените се отнасят към мулти-вискозитетните хидравлични масла и включват следните стъпки:

- На пазара се представя нова серия хидравлични масла - **Clarity Synthetic hydraulic oil AW**
- Подобряване на формуляцията на **Rando HDZ** чрез използване на технологично нови базови масла
- Нова серия **Hydraulic Oil HDZ**, която запазва настоящата формуляция на Rando HDZ

Причините за промените са свързани с изменения в конструкциите на хидравличните системи, работното налягане и повишените работни температури. В допълнение, по строгите изисквания за контрол на вредните емисии за извън магистрална техника, доведе до изисквания към икономия на гориво, не само на двигатели, а и на мобилни системи,

като екскаватори, кранове и спомагателните хидравлични системи, използващи хидравлични масла.

Новата серия **Rando HDZ** е формулирана на основата на Група II базови масла. **Rando HDZ** са проектирани да осигуряват устойчива защита срещу износване, стабилна устойчивост срещу окисление, до 5% подобрение в общата ефективност на помпите (определено при лабораторни изпитвания, в сравнение с типичните едносезонни хидравлични масла).

Новото наименование на маслото **Rando HDZ** на **Hydraulic Oil HDZ** не води до промяна в приложението и поведението на продуктите. Маслата са предназначени за употреба в много типове хидравлични системи, работещи при широка гама от околни и работни температури. Осигурява добра и надеждна работа в приложения, където производителя на съответното съоръжение не изисква одобрение за маслото и удължен експлоатационен живот.

Топ продукта от серията **Clarity Synthetic hydraulic oils AW** са формулирани така, че осигуряват високо ниво на защита от износване на системата, опазване на околната среда и удължен експлоатационен живот.

HYDRAULIC OIL HDZ

ВИСОКОЕФЕКТИВНА ХИДРАВЛИЧНА ТЕЧНОСТ ЗА ТЕЖКИ РЕЖИМИ НА РАБОТА

Широк интервал от работни температури

Защита срещу износване

Устойчивост на ръжда и окисление

Избраните спецификации и стандарти включват:
ASTM D6158, HV, Bosch Rexroth, DIN 51524-3, Eaton-Vickers, ISO 11158 L-HV, MAG Cincinatti, Cincinatti Machine, US Steel 127, 136

Предимства за клиента:

- Вискозитетно-индексният подобрител осигурява широк интервал от работни температури.
- Антиизносните добавки предлагат защита за пластинчати (крилчати), зъбни и аксиални бутални помпи с компоненти от бронз върху стомана и посребрени.

· Инхибиторите на ръжда и окисление съдействат за поддържане на надеждната защита на системата.

· Формулирани да обезпечават добри антипенни свойства за бързо освобождаване на включения въздух и ефикасно водоотделяне.

· Добра филтруемост в присъствието на вода и удовлетворяват изпитвания AFNOR NFE48 DRY & WET (тестове филтруемост в присъствието и отсъствието на вода).

Приложения

· Маслата от серията **Hydraulic Oil HDZ** са подходящи за употреба в много видове хидравлични системи и особено работещите при изключително тежки условия. Маслата се препоръчват за употреба главно в хидравлични системи, изложени на широк спектър от околни и работни температури. Мултивискозитетните характеристики обезпечават удължаване на експлоатационния живот на високооборотните и с високи налягания хидравлични помпи.

Techron® D Concentrate

УЛТРА ЕФЕКТИВНА ДОБАВКА ЗА ПОЧИСТВАНЕ НА ДИЗЕЛОВИ ГОРИВНИ СИСТЕМИ

Осигурява мощност и подобрен КПД на двигателя

Може да се използва и с био-дизелови горива

· Намаляване на вредните шумове в двигателя

· Добро стартиране на студен двигател

· Контрол на отложенията в дизеловите инжектори (IDID)

Намаляване на емисиите в отработените газове

Предимства за клиента: Един резервоар с дизелово гориво, третиран с **Techron D Concentrate**, предлага:

- Възстановява мощността, като съдейства за отстраняване на вредните отложения от зацапаните горивни инжектори

· Подобряване на 'отзивчивостта' (реакциите) и управляемостта на двигателя

· Намаляване на вредните шумове в двигателя

· Облекчаване на проблемите, свързани със студеното стартиране на двигателя

· Подобен контрол върху отложенията в инжекторите и с традиционните дизелови, и с био-дизеловите горива

· Намаляване на вредните емисии в отработените газове

Приложения

· **Techron D Concentrate HE** се препоръчва за бензинови двигатели

· **Techron D Concentrate** няма да увреди системите за допълнително третиране на отработените газове като дизелови филтри за частици (DPFs)

Концентрации за влагане/третиране: Добавяйте по една 350 ml бутилка с **Techron D Concentrate** към един резервоар (50 - 70l) дизелово гориво на всеки шест месеца / 6 000 км.

Techron® Concentrate Plus

УЛТРА ЕФЕКТИВНА ДОБАВКА ЗА ПОЧИСТВАНЕ НА БЕНЗИНОВИ ГОРИВНИ СИСТЕМИ

Осигурява икономии на гориво

Мощност и ускорение на двигателя

Добро студено стартиране

Защита от вредните шумове (потракване, почукване, свистене) в двигателя, свързани с натрупването на отложения

Устойчив на корозия двигател

Намаляване на емисиите в отработените газове

Предимства за клиента

Един резервоар с бензиново гориво, третиран с **Techron Concentrate Plus**, предлага:

- По-високи икономии от гориво като съдейства за отстраняване на вредните отложения по горивните инжектори и всмукателните клапани
- Възстановява мощността, ускорението и качеството на работа на двигателя.
- Подобро стартиране на студен двигател при ниски

температури

- Намаляване на вредните шумове в двигателя, отдавани на натрупването на отложения
- Защита срещу корозия на двигателя
- Намаляване на вредните емисии в отработените газове

Приложения: предназначен е за:

- Четиритактови двигатели с искрово запалване, работещи с бензин, етанол и смеси от бензин/етанол в леки и лекотоварни автомобили и ванове
- Бензинови хибридни двигатели
- Четиритактови извънбордови двигатели

Techron Concentrate Plus HE се препоръчва за **дизелови двигатели**.

Techron Concentrate Plus е съвместим с множество предлагани на пазара етанолови смеси

- Не съдържа сяра
- Няма да увреди каталитичните преобразуватели и кислородни сензори

Концентрации за влагане/третиране:

Добавяйте по една 350 ml бутилка с **Techron Concentrate Plus** към един резервоар (50 - 70l) бензин на всеки 8 000 до 16 000 км или при планираните интервали за смяна на маслото, но не повече от два пъти за една смяна на маслото.

RANDO® HDZ

ВИСОКОКАЧЕСТВЕНА ХИДРАВЛИЧНА ТЕЧНОСТ ЗА ТЕЖКИ РЕЖИМИ НА РАБОТА

Стабилна защита срещу окисление

Стабилен на механична деструкция вискозитетно индексен подобрител (ВИП)

Ефективна защита срещу износване

Устойчивост на ръжда и корозия

Избраните спецификации и стандарти включват:

ASTM D6158, HV, Auburg, Bosch Rexroth, DIN 51524-3, Eaton-Vickers, Frank Mohn, Framo, ISO 11158 L-HV, JCMAS HK-1, MAG Cincinnati, Cincinnati Machine, Parker Hannifin (Denison)

Предимства за клиента:

- Осигурява стабилна устойчивост на окисление което спомага за поддържане на защитата на системата в широк интервал от работни температури.
- Надеждният и устойчив на механична деструкция вискозитетно-индексен подобрител допринася за устойчивата работа на системата в широк спектър от работни температури.
- Предлагат сигурна защита от износване в крилни (крилчати), бутални и зъбни помпи, с което съдейства за намаляване на необходимостта от техническо

обслужване и увеличат ефективното време за работа на системата.

- Високоэффективните инхибитори на ръжда и корозия осигуряват надеждната защита на системата, намалявайки необходимостта от техническо обслужване и престоите.

- Доброто потискане на пенообразуването съдейства за бързото освобождаване на включения въздух и предлага бързо водоотделяне, с което се подобрява надеждността на системите.

- Способства за надеждната и дългосрочна филтруемост и надеждност на системите в присъствието на вода.

Приложения RANDO HDZ течностите се предлагат в следните вискозитетни класове: ISO 15, 22, 32, 46, 68 и 100.

- Мултивискозитетната характеристика гарантира гладкото и непрекъснато предаване на енергията в широк температурен интервал при минимално вибриране и с максимална точност

- Препоръчват се за хидравлични или циркулационни маслени системи, в т.ч. корабни палубни съоръжения и машинария, хидравлично задействани захранващи бункери или съоръжения, изискващи по-широки интервали от работни температури в сравнение с еднотемпературните масла.

- В чиста и суха среда маслата RANDO HDZ ISO 15, 22, 32, 46, 68 и 100 демонстрират типична диелектрична якост от 35kV2 (ASTM D877)3

„Интерком Груп“ развива надеждно партньорство с Приста ойл

Компанията откри новия си модерен офис във Варна



С тържествен водосвет „Интерком Груп“ ООД отпразнува откриването на новия си офис във Варна на 15 септември 2012 г. Модерният административен център се намира в Западна промишлена зона Варна, непосредствено до производствените халета на компанията. На събитието бяха поканени всички ключови клиенти и партньори на компанията от страната и чужбина. Освен отличните условия за работа на служителите, центърът допринася за по-добрата, бърза и удобна организация по обслужването на клиентите на Интерком.

Инвестицията на стойност над 2 млн. лв. е по проект на „Пи Ес Инвест“. Конструкцията на сградата е традиционно прилаганата СТБ-безгредова. Вложените материали са еталбонд, стъкло за ограждащи елементи и окачена фасада за приемното посещение и заседателните зали.

Церемонията по тържествения водосвет се извърши от Варненския и Великопреславски митрополит Кирил.

„Интерком Груп“ е един от лидерите в търговията с метали в България. Започнала дейността си през 1997 г. като малка търговска компания, **Интерком** развива в момента все по-успешно дейността си в България и чужбина.

Основната дейност на **Интерком Груп** е насочена към:

- търговия, внос и реекспорт на метали и стъкло;
- производство и търговия на електрозаварени тръби;
- търговия и производство на поцинковани и усилващи профили;
- производство на арматурна заготовка;
- напречен разкрой на ламарина.

Продуктовата листа на „Интерком Груп“ ООД включва над 1000 позиции черни метали с приложение във всички индустриални браншове. Вече 15 години името на **Интерком Груп** в отговор на нарастващите нужди на клиентите си е развила мрежа от бази, които да обслужват техните



потребности във всеки един момент - централен офис Варна, Бургас, София, Русе, Пловдив, Елин Пелин, Букурещ. Широкообхватната дистрибуционна мрежа, големия автомобилен парк, удобните транспортни разстояния до големите производствени и ремонтни предприятия са допринесли **Интерком Груп** да се нареди начело сред най-конкурентните компании в търговията с метали. В класацията на най-големите български компании – Топ 100 по приходи за 2008 г. Интерком Груп е на 57 място, при 70 място за 2007 г. (източник: „Капитал 100” - 2009 г.). **Интерком Груп** е заслужила доверието на настоящите си партньори с лоялност, експедитивност, коректност, организираност, точност и креативност - предимства, които предлага и на новите си партньори.

ЛОГИСТИЧНА ДЕЙНОСТ

„Интерком Груп“ ООД предоставя цялостно обслужване на своите партньори посредством големия автомобилен парк чрез дъщерната си фирма „**Интерком Спед**“ ООД, което улеснява доставката на богата номенклатура от стоки във всички точки на българския и международен пазар.

Интерком Спед притежава лиценз за извършване на международен транспорт. Към момента компанията е собственик на над 30 тежкотоварни автомобили, както и на 5 коли, оборудвани с кранове.

ПАРТНЬОРСТВО С ПРИСТА ОЙЛ

„Работим съвместно с Пристанище ПЧМВ от 2005 г., като реализираме средно годишен

товарооборот между 10 и 20 хил.т.“ – коментира Галин Цветков – директор „Логистика“ в **Интерком Груп**. – „Работата ни с тях ни предоставя редица предимства като стойност на претоварните такси и такси за съхранение.“

Обърнахме се и към Светослав Миладинов – заместник правител за коментар по отношение съвместната дейност с Приста ойл: „Компанията ни е инвестирала много в обновяването и поддържането на модерен автопарк от леки и тежкотоварни автомобили. Това е едно от големите ни предимства в обслужването на нашите клиенти в страната и чужбина. Ползваме цялата гама индустриални и автомобилни масла предлагани от Приста ойл и сме изключително доволни от предлаганото качество и обслужване.“



„Антилед” на Верила набира авторитет и одобрения

**С 1,3 млн. евро ще се разширява и модернизира
производството на греси**



Р. Орловски

Кои са основните моменти, към които са насочени усилията на ръководството на „Верила” към този момент?

- Кризата не е свършила, даже у нас може да се каже, че дори се задълбочава. Продуктите, които произвежда „Верила” са такива, че се нуждаят от работеща индустрия, за да има ръст на реализацията. Това, което правим, е да компенсираме този спад на пазара чрез разширяване на продуктовото портфолио.

При гресите например нямаме спад на обемите. Има дори ръст при някои гама продукти за сметка на конкуренцията. Въпреки свиването на самия пазар при нас реално такъв спад няма.

Ако говорим основно за течности, то става въпрос за течност за чистачки, антифризи, миещи препарати. Големи надежди се залагат на продукта за поддържане на пътната мрежа при зимни условия- „Антилед”.

В момента приключва изпълнението на проект по ОП „Внедряване в производство на течен препарат за размразяване на пътища и магистрали”.

Нека се спрем по-детайлно върху самия продукт...

- Първоначалното изпитване на този продукт през изминалата зима показва добри резултати, времето беше

благоприятно за това. Имахме уговорка с голям брой общини - В. Търново, Стара Загора, Свищов, Варна, София, Кюстендил, да се предоставят от него мостри и бяха извършени тестове за оценка на качествата. Там, където бяха спазени предписанията за третиране, отзивите са повече от положителни. Така например във Велико Търново, където теренът е по-сложен, резултатите бяха повече от добри.

Съвместно с община В. Търново работим и по проект, по който се изгражда система от три кръгови кръстовища на главния път София- Варна, минаващ през града. „Верилa” предложи проект за изграждането на автоматична система против обледеняване, която се надявам да се превърне в лице на този продукт.

А кога това ще се случи?

- Ако тази година тези кръгови кръстовища бъдат изградени, то още следващата зима ние имаме готовност да изпълним своя ангажимент.

Ако всичко завърши успешно, то продуктът „Антилед” до каква степен ще заеме от производството на „Верилa”?

- Очакванията ни са през следващите 3-4 години производството на този продукт да представлява около 30 на сто от продажбите на дружеството като дава около 40 на сто от печалбата. Той има сериозен потенциал.... За съжаление срещнахме и сериозни пречки, които в момента са преодоляни.

Какви са те и как успяхте да ги преодолеете?

- За да се осигури масово използване и по-голямо потребление, е необходимо да получим определени одобрения от държавните институции и по- конкретно- от ИА „Пътна инфраструктура”.

„Автомостри” АД, като потенциален потребител за поддръжката на по- голямата част от магистралите в страната, които след проведените срещи проявиха изключителен интерес към продукта, като алтернатива на

досега използваните препарати, съдействаха на дружеството за провеждане на необходимите тестове.

Положителен резултат от тези тестове е търсеното одобрение от ИА „Пътна инфраструктура” за поддръжка на пътната мрежа при зимни условия.

Очакванията ни са до края на сезона одобрението да стане факт.

Има ли други целеви групи, които би обхванал този продукт?

- Част от проекта е провеждане на маркетингово проучване на пазара по предварително задание на дружеството.

Докладът на маркетинговата фирма установи голям потенциал при средните и малки потребители, а именно търговските вериги, като крайни консуматори за собствени нужди и търговци и частни лица- за третиране на предблокови пространства, обществени сгради, алеите в домашните дворове, тротоари и др.

Практиката от миналата зима показва, че част от потенциалните ползватели не разполагат с техника за неговото използване, така ли е?

- Това може да бъде определен като частичен проблем. Фирмите за чистота в момента реагират според настоящата ситуация. Голяма част от тях имат сключени 5-годишни концесионни договори и имат закупена техника за разпръскване на суха смес. До изтичане на тези договори „Верилa” ще наложи своя продукт и при подписване на новите концесионни договори почистващите фирми ще имат ангажимент да разполагат със съответната техника за разпръскване на течни смеси.

Тук трябва да отбележим, че като всеки един продукт и тук има специфични изисквания, които трябва да бъдат спазени...

- Не смятам, че ще бъде необходимо особено умение или знания при употребата му, което го прави още по-атрактивен за масово използване.



◆ Какви други атрактивни продукти предлагате на пазара?

- Това са течностите за миене. Особено атрактивен е продуктът за миене на силно замърсени ръце. Той бързо се интегрира с групата продукти, които се произвеждат в холдинга- приложението му е там, където се предлагат и продават масла и греси.

◆ Какъв е интересът към него, какви са наблюденията Ви?

- На различните места е различен. Вероятно там, където има по-голяма реализация, търговците са си свършили работата добре. На вътрешния пазар през миналата година имаме ръст от 100 процента спрямо предходната година. Може би търговците на **PRISTA** трябва по- акцентирано да предлагат и продуктите на „Верила“. Все още е относително голям дялът на конкурентните фирми, които предлагат греси и миешки течности....

◆ И сега вероятно е време да покажем мястото на гресите в продуктовата гама и в продажбите на „Верила“?

- „Верила“ заема около 50 процента от вътрешния пазар на греси. Реално може да отбележим увеличение

спрямо предходния период с 5 процента, който пък компенсира спада на продажби заради свиване на потреблението. Отчитаме, че недостатъчно внимание се обръщаше досега на дребните опаковки. „Верила“ държи вероятно около 90 на сто от пазара за греси на варели. Колкото по-малки са опаковките, толкова повече намалява пазарния дял.

При най-малките обаче имаме минимален дял. Затова сега сме се насочили именно към този пазарен сегмент. Вече има и нова опаковка, която е съобразена с изискванията на западния пазар. Пластмасовите кофички, които тук все още намират широка употреба, в европейските страни са излезли от употреба. Затова и новите опаковки тип „патрон“ ще бъдат актуални. В тях ще се предлагат двете марки - **PRISTA** и NORTH STAR. Обсъжда се възможността втората марка да се произвежда в страна от Централна Европа.

„Верила“ има одобрен договор с ЕБВР за модернизирание и разширяване производството на греси. 1,3 млн. евро от предвидените 12 млн. евро за „бърз растеж“ са насочени именно към „Верила“.

Друга част от кредита ще бъде насочен за закупуване на три нови реактора. Очакванията ни са през лятото на 2013 г. да бъдат доставени и да започне монтажът им. Средства ще бъдат използвани и за реновиране на сградния фонд.

След изпълнението на проекта значително ще се увеличат капацитетите и продуктовото портфолио при гресите, което ще даде възможност да се насочим и към нови пазари.

◆ Как се развиват продажбите на „Верила“, на кои пазари се търгува с продукцията на дружеството?

Изпълнението на договора с Нафтал - Алжир доведе до ръст в производството на греси от 35-40 процента. Вече е реализирана поръчка за Йемен. Сериозно увеличение се бележи на пазарите в Турция и в Румъния /68 на сто/. Стабилни са и търговските отношения с Естония и Сърбия.

С най-голям потенциал остава турския пазар, където интерес се проявява към гресите от най-висок клас.



Самочувствието при
въздушните възглавници
за камиони, ремаркета
и автобуси

Prista Oil will produce 2 million 5 liter cans for Naftal-Algeria



In 2013 Prista Oil will execute the third lubricants and coolants manufacturing agreement.

After being awarded a contract in a tendering in 2012 the company started its implementation in February 2013.

Only this time the company will manufacture two products - Prista M-16 E Oil in 5 liter plastic container. The type of product is not as impressive,

but the quantity of 8 500 t is a precedent for the Lubricants Plant in the Town of Ruse from its creation until now. In fact, the contract comprises nearly 2 million cans of 5 liter.

The second product is the EP 85W90 Gear Oil. Prista Oil will have to produce 800 tons to be poured in drums. According to the contract and covenant this quantity should be implemented within two weeks.

In 2009 Prista Oil worked for Algeria for the first time. Then an offer was submitted for participating in a tender, but only the technical offer was placed.

Two years later, the company was

already admitted and submitted a financial offer as well, which was approved among 8 other world-known companies for nearly one-third of the entire contract, Cyclone, Repsol, Wolf Oil, etc.. Then Prista Oil fulfilled an order for 2500 t of motor oils and lubricants.

In 2012, Lubricants Plant managed to complete its biggest ever contract within three months only, but this time for Yemen.

Finance professionals of Prista Oil Group discussed the new structure of the Company's financial function



On 13th and 14th December 2012 took place the second annual meeting of the financial function of Prista Oil Group. It was attended by the financial

managers of Monbat AD, Monbat Recycling, Monbat Serbia, Prista Oil Holding, Bogdany Petrol, UZ Prista, Prista Oil Turkey, Romania, Ukraine and Staroil. The meeting was chaired by the Chief Finance Director of the Group Mr. Petar Bozadzhiev and the Finance Control Director Mr. Milen Marinov.

On the first day attention was focused on the new structure of the financial function and the ever-increasing importance of its role in the management and strategic planning of the Group's activities. Priorities in its development were outlined together

with the new tasks and goals to be achieved.

The new macro framework project for financial reporting (Global Financial Outlook) was also introduced.

During the second day of the meeting were discussed the issues and ways to improve the current financial reporting and to prepare the financial statements.

Topical issues in tax planning and transfer pricing, as well as the preparation of the audit of the company for 2012 were discussed with the representatives of Deloitte Bulgaria.

Challenges faced by small lubricant manufacturers

During the 17th World Base Oils conference taking place in London from 21-22 February the company MORRIS Lubricants, lectured on the problems faced by small oil manufacturers. Founded in the United Kingdom, in 1869, this is one of the leading companies. It has a modern factory, warehouse, own fleet and 120 employees. It exports to 65 countries and despite the reputation for quality, flexibility and extremely good customer service it faces problems as all similar companies in the European market. Here is what Jan Trocki General Manager - Marketing & Technology at MORRIS LUBRICANTS said during the meeting.



The model of industrial development in Europe undergoes various stages related to continuous improvement and excellence. In terms of resources, technologies and innovations that strongly affects the oil manufacturers.

From the perspective of resource provisioning there is a great choice and at the same time great limitations. A wide range of base oils are offered in the European market, although they are of different origin, quality and use. Currently, along with the European and American companies, there are many Asian companies that offer cheap base oils, due to the fact that they use cheap labor in the manufacturing of their products. Unfortunately, their use is limited because very often only some of them are approved by the manufacturers of additives and/or automobile and car original equipment manufacturers.

Another disadvantage is that long distances can cause irregular supplies. Natural disasters, accidents, long transport and so on factors are a major obstacle to cope with in order to use them. Consequently, this limits the small lubricants manufacturers. Although from a technological point of view they have similar technologies and manufacturing techniques with that of the major manufacturers, they

are not able to offer competitive products. The reason is that the big participants with major agreements and quantities benefit from preferences. They have large financial resources for testing, production and storage of base oils.

In recent years base oils production technology is rapidly growing.

Group II and Group III base oils are more and more seriously spread on the market. While in the previous five years their demand exceeded their supply, there is no longer such problem.

However, another problem is observed, related to the so-called option for interchangeability of base oils from one and the same group. Namely, the problem refers to the rules of interchangeability and the time necessary for carrying out all tests and controls.

This hinders the approval process of final oil manufacturers, even in preparing the "rebrand" or "reblend" products. In case where no approved type of base oils is used, the OEM approval process is very slow or even failing.

On the other hand, the industrial sector provides many standards that offer a huge variety of products with diverse

quality and less protection of lubrication mechanisms and systems.

In addition to the resource limitation, there are legislation changes that largely increase the costs of small manufacturers.

Such legislation changes comprise an introduction of environmental requirements and standards for safe working conditions. These are the REACH Regulation and the Globally Harmonized System on Classification & Labelling of Substances & Mixtures. The purpose is to reduce harmful substances to end users. This requires constant updating and revision of safety data sheets, which is associated to the need to acquire additional staff.

The most serious problem faced by small manufacturers is that the same standards, specifications and quality requirements apply both for them and for the major manufacturers.

Standards and specifications for oils are recommended and each manufacturer is solely liable to take a decision on the choice of the appropriate methods and means carried out under of quality assurance.

Market studies show that 50 percent of oils do not comply with the specifications because of the absence of suitable laboratories for testing,

suitable production equipment and highly qualified technical staff.

So we face the following question: Who guarantees the end-users quality assurance ? Some of the options are by entering into and signing of agreements with companies and organizations in order to comply with the terms and conditions for manufacturing, testing and proving compliance with international specifications.

For example, the API's licensees are authorized to use an API licensing symbol, provided that the products are manufactured according to the standards and requirements specified in API 1509. API Oils Licensing encounters a global support, because in addition to the standard oils licensing and certification activities, API has an after-sales program for auditing. API or its representative may make periodic inspections or tests of Licensee's products, selecting commercially available (market) samples and sending them to laboratory analysis in order to determine whether the products meet the specified requirements. Upon API's request, any Licensee should deliver samples of their products, at API's cost, directly to the designated (nominated) laboratory for analysis within the terms as indicated by API. In the event of deviations from the established practices, the oils manufacturer will be subject to fines and penalties. Furthermore, API's representatives can obtain access to the facilities and equipment used by the Licensee for the production, processing or storage of products bearing such stamps. Any deviation may result in the revocation of the license or fines. API has already sentenced two traders of lubricants and seven companies and individuals associated with the manufacturers for infringement of the trademark, false advertising, forgery and violation of agreements. PRISTA OIL holds nearly 10 motor oil licences.

Another option is to sign an ATIEL Letter of Compliance as in the case of PRISTA OIL. This refers to the control of quality assurance processes as per ACEA specifications. ACEA requires that any claims for oil performance to meet these specifications, to be based on reliable results and controlled testing in accredited laboratories. ACEA requires that any motor tests used to support such claims of compliance with ACEA specifications to be generated under the European Engine Lubricants Quality Management System (EELQMS).

Any oil supplier is fully responsible for the quality of any product reaching any consumer with regard to the submitted claims for quality and performance attributed to each product. ATIEL Code requires that any oil that claims compliance using ACEA test methods, to be formulated in a factory accredited under a quality management system regularly audited, such as ISO 9002 quality standards, or any other recognized certification of quality management system. Blending plant has to ensure that the formulation used in the blending of the commercial product is exactly the same as that which is used to draw up the submission of ACEA compliance documents. All new blending factories are required within 18 months of the start of their production to make arrangements for full certification under the ISO 9002 quality system (or any other quality management systems as mentioned herein above).

All claims for compliance with ACEA specifications may be made by the companies manufacturers and distributors of oils, only upon signing of a Letter of Compliance with EELQMS.

Prista Oil Holding has signed a licensing agreement with API to use the licence symbol for more than 20 products and a Letter of Compliance

Milen Marinov: orga

If a company has no vision, strategy and awareness of the market, it can not achieve good results. But the business battlefield is littered with companies where perfect vision and excellent profits have failed due to poor cash flow management.

Mr. Marinov, your professional experience includes more than 10 years of work in the USA and Canada. In the background on your previous experience, what is the specific financial management of Prista Oil?

Prista Oil Group is a regional company with broad geographic coverage. It is represented in more than 20 countries through local subsidiaries or partners. Specifically, the terms of our Bulgarian market, namely that international representation allows the company to have different mechanisms to change its business and find new opportunities, particularly in recent years in the global economic crisis.

Our capabilities are really more than other companies represented on the Bulgarian market. Our competitive advantage is that the work of many markets provides us flexibility in terms of the products and the raw materials. We use this to provide the customer quality products at a good

Effective management is based on processes, organization and effective communication channels

Prista Oil is a leader in production and sales of motor and industrial oils in Southeastern Europe. The company has developed business relations with partners in more than 20 countries within the region, as its market share is over 50%. Among the countries with the most significant market products under the brand PRISTA stand Bulgaria, Romania, Turkey, Serbia, etc.

Prista Oil's production facilities are set up and developed following the state-of-the-art and innovative technologies as a result of company-own research and development activities, as well as with the cooperation of world leading companies in lubricants and chemical business, such as Chevron Global Lubricants, Ashland, ERGON Europe MEA, GreenChem etc. Prista Oil has its own blending plants in Bulgaria and Turkey where producing engine, transmission and industrial oils, greases, automotive fluids and car-care products.

For Prista Oil's strategy in a global economic crisis and the role of sound financial management in business we spoke to Milen Marinov - Prista Oil Group Financial Controller.

Milen Marinov is a Prista Oil Group Financial Controller. He has been on that position for four years and is responsible for financial reporting throughout the Group. His professional experience includes previous 11 years working in the consulting firm PricewaterhouseCoopers, of which 4 years in Bulgaria, 3 in Canada and 4 in the USA. He got two specialties at the University of National and World Economy - the first "International Economic Relations" and then "Accounting and Audit". He is certified as an expert accountant in the U.S. accounting standards - California Union of Chartered Accountant and an expert on accounting fraud investigations at the Association of Certified Fraud investigators, the USA.



price, on time and in good conditions. This approach is the basis for sustainable growth of our business. The international scale gives access to a wider range of customers, suppliers, and in some cases, financial instruments that promote the optimization of working capital. This is a serious strategic and tactical advantage.

Realising the benefits you mentioned clearly requires effective management. What are the main challenges for you?

Of course, the scale has its price. Our efforts are focused in several directions. First, markets are different and may not have the same frame as a template. Everywhere we should take into account local conditions. For example, the market in Turkey is unique - very different from that in Hungary, Romania or any other country in which we operate.

We must be aware of the specifics of this market, but in contrast, it is many times greater than the listed countries combined.

Challenges arise in purely operational terms, when we need to move cash and product flows in the most efficient and optimal way for the company. We work in a liquidity crisis, not only in Bulgaria and Europe, but globally. Banks apply different and far more restrictive criteria than in 2008, which effectively hinders business, but these are the new realities. These are valid for both us and our competitors. So the optimal use of working capital and general capital funds should be achieved in the most effective way.

In this respect, the differences between markets and regulation, as well as market conditions require very skilfully maneuver to be able within a cycle of rotation of working capital to achieve the best results, and also as much speed as possible. Addressing these challenges, we facilitate that in countries in which we operate strategic partners - in some cases, these companies are responsible for several markets. The same applies to banks that we work with.

What initiatives have been pointed to realize effective management of the company lately?

Prista Oil has been on the market for more than 15 years. We have established partnerships and built a reputation that contribute to achieving the best results. But this would not have happened if it was not invested in human capital. This is a very serious commitment to shareholders and company management, especially in recent years. Because efficient management is based on processes, organization structure, effective communication channels. If so, it has paid off. Like many companies, we use the terms of the crisis to restructure so as to be ready for the new realities of what promises tomorrow when the crisis is over and all still stand at the starting position. In fact, the crisis is a catalyst for process optimization in the company to rethink the strategy for occupying new market niches. This is related to the natural turbulence of the market - at a time of economic

downturn, some players leaving the market, while others take positions in it. Rearrangement occurs vertically and horizontally. Changes to the position of market leaders. These are natural processes. The question is in these conditions the company to succeed to get the best advantage of emerging opportunities. At the same time, the crisis is a natural cleansing mechanism. It leads to optimization of costs, dropping out of unnecessary processes and increasing the effectiveness of each strand. All this is welcome.

Is your optimism about business development increased or decreased compared to the previous year?

Prista Oil has been undergoing major changes for 2 years. They are not directly related to the crisis, they are focused on the implementation of our strategic agenda. Considerable work that has been done in these two years has driven results in the medium and long term. We are optimistic as we believe that we are focused in the right direction and the changes that we make will open new opportunities for the company and will be able to achieve better results.

However, we must remember that our company like any other company is a part of the market. We are participants in this market as customers and suppliers. And for the realization of our plans in 100% it is necessary the recovery of the markets. My personal opinion is that such a recovery will occur even later than we expected. The slowdown we see is related to the globalism of the financial and capital markets on the one hand and on the other - political factors in our part of the world. For example, one addressing the crisis factors in terms of the EU is much more complicated than in terms of the U.S. (in the single market). The problem is that the EU measures are taken with some delay, any delay leads to the need for stronger measures and the moment they take longer sufficient. In short, when the whole situation gets improved for the companies, including ours, new opportunities will come. We believe that based on the changes introduced in recent years, after the crisis, we will be well positioned.

What is the company's strategy aimed at?

Our strategy is to achieve improved competitiveness, greater efficiency in the use of capital employed and good strategic positioning in the markets in which we operate. These are the three main areas we work. Certainly, there are series of measures, structural changes, etc., focused on building a platform on which to grow our company in the next few years.

What is the contribution of the financial function of the company for the implementation of this strategy?

Financial function is to provide the necessary communication flows and is a great sustainer and a regulator of the use and management of capital in order to its higher efficiency.

Efforts are focused on developing this function by introducing a number of changes, including in terms of information provision. Above all, the proper positioning of the function in the company is very important. We managed to find a good solution to this issue - we can achieve positioning in which the financial function can perform their tasks in an efficient way.

How business performance of a company depends on good financial management?

Good financial management is indispensable for each company, no matter how large it is or how small, no matter what part of the world operates. Good financial management is not depending on external factors - it can be realized as a man can dress appropriately regardless of weather conditions (rain, snow, etc.).

I say "appropriate" because weather conditions change. The company's strategy changes when changing market conditions and trends of its development.

There are always internal and external risks no matter the company's strategy. Some of them are manageable, some of them are not. Good financial management has to contribute to the controlling of these risks. So by making daily decisions and in the development the financial strategy function should be alert. It should be a partner and a consultant to business (not an allowance) in order to be most useful for the company.

My personal opinion is that efforts and financial position is very important for every company, and the investment in

it (including human resources, information systems, etc.) is some of the best money spent. It is true that if a company has no vision, strategy and awareness of the market, it cannot achieve good results. But it is also a fact that the field of business is littered with companies that are in perfect vision and excellent profits have failed due to poor cash flow management.

A company ought to have a good business model, market experience, contacts and strategy good managers to develop business and a good financial function to assist them in order to be successful company.

A lot has been said recently about the role of the financial innovation. Where do you think we have to look for innovative approaches in financial management?

Principles of good governance have always been the same since time immemorial. Changing environment requires some innovation in order to have reciprocity and responsiveness so the innovation is driven by the market. If there are new regulations we have to respond to the introduction of the relevant organization. If financial and capital markets develop to such an extent as to suggest the use of different instruments - flexible, concessional, etc., we should take advantage of them. The same applies if there are opportunities to use tax incentives, etc.

To ensure their successful work in perspective on what aspects of the work of departments is important to pay attention now?

It is the right time now to restructure and optimize the processes and functions. This is true not only in finance and all of the functions that are critical to the operation of the company - in the management cycle of supply and sales, etc. It is the time now to look at all the levers and mechanisms to achieve greater efficiency - the use of a capital particularly, addressing the typical problem of liquidity crisis.

It is important attention to be paid to the optimal use of cost structure, the processes of information security - these are things that we never have time for them in the period of economic rise and progress.

Questions were asked by Nadia Krasteva

Verila "Anti-Icing" gains prestige and approvals

EUR 1.3 million for modernization and expansion of grease manufacturing

- What are the key points the management of "Verila" is concentrating its efforts to?

- The crisis is not over, we can say that in Bulgaria it is even intensified. Products manufactured by "Verila" are the ones that need a working industry in order to ensure a growth of realization. This is what we do: we compensate the decline in the market by expanding the product portfolio.

For example, the volume of grease shows no decline. We even extend the range of some products unlike the competitors. Despite the shrinking market in fact we encounter no decline.

If we talk mainly about liquids, then it refers to wiper fluid, antifreeze, detergents. High hopes are set for "Anti-Icing" - this is a product to maintain roads in winter weather conditions.

At the moment, we are about to complete a project under the Operational Programme "Introduction to manufacturing of liquid detergent to unfreeze roads and highways".

- Let's look in more detail on the product itself...

- Initial product testing over the last winter showed good results, the weather was favorable for this. We had an arrangement to provide samples of this product with a number of municipalities - Veliko Tarnovo, Stara Zagora, Svishtov, Varna, Sofia, Kyustendil, and tests were conducted to evaluate the performance. Where the prescriptions for treatment were complied with, the feed back was more than positive. For example in Veliko



Tarnovo, where the terrain is more complex, the results were more than favorable.

We work, together with the municipality of Veliko Tarnovo, on a project under which a three roundabouts system is to be built up on the main road Sofia-Varna, passing through the town.

"Verila" proposed a project to implement an automatic anti-icing system, which I hope will become a symbol of this product.

- When will it happen?

- Should these roundabouts be built up in this year then we are ready to fulfill our commitment in the next winter.

- Once this is successfully completed, to what extent will the product "Anti-Icing" be involved in the manufacturing of "Verila"?

- We expect that the production of this product over the next 3-4 years will account approx. 30 percent of our sales ensuring approx. 40 percent of

the profits. It has a great potential Unfortunately, we encountered serious obstacles that we currently overcome.

- What kind of obstacles did you encounter and how did you manage to overcome these?

- To ensure widespread utilization and greater consumption, it is necessary to obtain specific approvals from State institutions and, in particular, by the Executive Agency "Road Infrastructure"

The joint-stock company "Highways" AD, as a potential maintainer of the majority of highways in the country, after a number of meetings that took place, showed extreme interest in this product as an alternative to currently used agents, therefore they assisted the company to conduct the necessary tests.

Positive outcome from these tests was the approval sought from the Executive Agency "Road Infrastructure" for road maintenance in



winter weather conditions.

We expect the approval to be granted by the end of the season.

- Will this product cover other target groups?

- Following a pre-assignment by the Company a marketing research in the market should be conducted as a part of the project.

Following the report of a marketing company a great potential is determined for medium and small customers, namely retailers and final consumers for their own needs; and traders and individuals for treatment of front space of buildings, public buildings, alleys in residential yards, sidewalks etc..

- In fact, over the last winter some potential users showed no equipment available for use, is that correct?

- This could be defined as a partial problem. Currently cleanliness companies react according to the present situation. Many of these companies have five-year concession contracts signed and dry mix spreading equipment purchased. So, by the time of expiry of these contracts "Verila" will have its product established and upon signing of new concession contracts cleanliness

companies will undertake to have available the appropriate equipment for spreading of liquid mixtures.

- Here, we should note that as in each product, there are specific requirements to be compiled with ...

- I do not consider that any specific skill or knowledge necessary are required in order to use it, which makes it more attractive for widespread use.

- What kind of other attractive products do you offer on the market?

- We offer wash liquids. Especially attractive product is the Hand Washing Detergent Liquid. This product is quickly integrated into the group products manufactured in the holding as its application is wherever we market and sell oils and greases.

- What is the interest in it? What are your observations?

- The different locations show various interest. Probably where the retailers have done their job well there is a greater realization. Last year we have an increase by 100 percent in the domestic market in comparison to the previous year. Perhaps traders of Prista should emphasis more on offering the "Verila" products. The share of competitors offering greases and detergents is still relatively large

- And now it is probably time to show the place of greases in the product range and sales of "Verila"...

- "Verila" occupies about 50% in the domestic market of greases. Actually, an increase by 5 percent could be noted in comparison to the previous period, which in turn offset the decline in sales due to the shrinking demand. We do recognize that insufficient attention is paid on small packages, so far. "Verila" probably holds about 90 percent of the market for grease in drums. The smaller the packages are, the more the market share decreases.

With the smallest ones we have a minimum share, however. So now, we target precisely to this particular market segment. We already have a new package that complies with the requirements of the European market.

Plastic containers that here still find widespread use, are obsolete in European countries . Therefore, the new "Patron" type of packaging will be up-to-date. Two brands will be offered in such package- -PRISTA and NORTH STAR. It is discussed to manufacture the second brand in a country in Central Europe, as an option.

"Verila" has an agreement approved by the EBRD to modernize and expand the production of grease. EUR 1.3 million of EUR 12 million provided for "rapid growth" are intended for "Verila."

Another part of the loan will be targeted to purchase three new reactors. Our expectations are in the summer of 2013 to deliver these reactors and start their installation. Funds will be used to renovate buildings, as well.

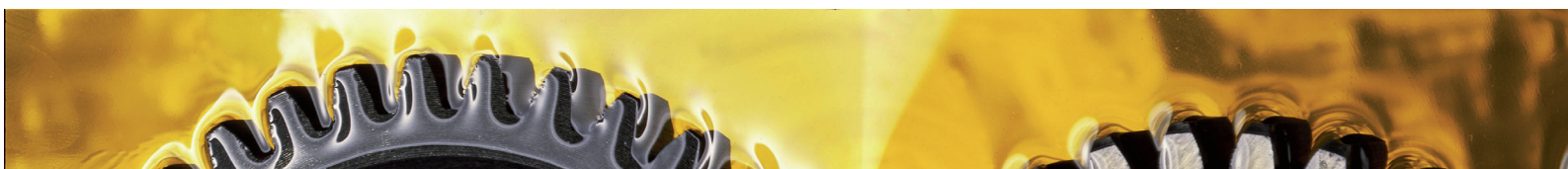
After the project implementation the capacity and product portfolio in the grease production will significantly increase, which will allow to target to new markets.

- What about the sales of "Verila", on which markets the company's production is traded?

- The performance of the contract with Naftal-Algeria led to an increase in the production of greases by 35 to 40 percent. A contract for Yemen is already implemented. Significant increase is marked in the markets in Turkey and Romania /68 per cent /. Trade relations with Estonia and Serbia are stable.

Turkey remains the greatest potential market where an interest is manifested in top class grease.

Детергенти **Смазки** Битова химия
Автокосметика
Масла
пенообразователи
Спиратни течности
Течности за чистачки
ОХЛАЖДАЩИ
АНТИЛЕД
ХИМИЧЕСКИ ПРОДУКТИ
технически вазелини Антифриз



Производство
Физико-Химични ИЗПИТВАНИЯ
АНАЛИЗИ И КОНТРОЛ
Научно ЛАБОРАТОРИЯ ТЕХНОЛОГИИ
ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКА ИНОВАЦИИ
инженерингова дейност

www.verila-bg.com

НАЦИОНАЛНА КОМПАНИЯ ЗА СЪБИРАНЕ И ОПОЛЗОТВОРЯВАНЕ НА ОТРАБОТЕНИ МАСЛА•ООД



„Национална компания за събиране и оползотворяване на отработени масла“ ООД /НКСООМ/ е дружество, което не разпределя печалба, а акумулираните средства се инвестират в създаването на ефективна и устойчива система за събиране, транспортиране, съхранение и оползотворяване на отработени масла и нефтепродукти, която да осигурява високо ниво на защита на околната среда.

За изпълнение на своите задължения организацията сключва договори с лица притежаващи разрешение по чл. 4, ал. 1 от НИТТОМОН или с кметове на общини. Дружеството е коректен партньор на фирми, вносители и производители на смазочни масла и успешно осъществява политиката на страната ни по отношение на опазването на околната среда.

ПЛОЩАДКИ ЗА ПРИЕМО-ПРЕДАВАНЕ НА ОТРАБОТЕНИ МАСЛА

- | | | |
|--|--|---|
| 1. „ИВА – С“ ЕООД – гр. Ботевград
тел. 0723/66 020 | 9. „ДИКОМ“ ООД – гр. Пловдив
тел. 032/67 47 74 | 17. „ВЕСАН“ ООД – гр. София
тел. 02/973 22 28 |
| 2. „СКРИНО“ ЕООД – гр. Благоевград
тел. 073/88 27 01 | 10. „Евро ойл“ ООД – гр. Разград
тел. 084/66 29 85 | 18. „АМКО“ ООД – гр. Шумен
тел. 054/86 05 90 |
| 3. „КИОГ“ ЕООД – гр. Благоевград
тел. 073/88 16 63 | 11. „Идеа продукти“ ООД – гр. София
тел. 02/973 21 95 | 19. „Велтран“ ООД – гр. Бургас
тел. 056/811 466 |
| 4. „Поддържане чистотата на морските води“ АД – гр. Варна
тел. 052/63 06 27 | 12. „Камидо Ойл“ ЕООД – гр. Ямбол
тел. 046/66 41 50 | 20. „Евро ойл“ ООД – гр. Русе
площадка с. Мечка, община Иваново
тел. 082/82 39 76 |
| 5. „МТТ“ ООД – гр. Добрич
тел. 058/60 25 58 | 13. „Скорпион-ойл“ ООД – гр. Пазарджик
тел. 034/48 30 89 | |
| 6. „АЛ И КО“ АД – гр. Шумен
тел. 054/83 05 90 | 14. ЕТ „БОГИ-Б.ТИНКОВ-Е.ТИНКОВ“ – гр. Плевен
тел. 06484 11 48 | |
| 7. „ВЕКО ОЙЛ“ ЕООД – гр. Габрово и гр. Велико Търново
тел. 066/86 16 16; 062/60 03 24 | 15. „Верила Лубрикантс“ АД – гр. София
тел. 02/975 39 94 | |
| 8. „Геосим“ ООД – гр. Варна
тел. 052/60 00 31 | 16. „ЕМАКС“ ООД – гр. Силистра
тел. 086/82 10 10 | |

www.nksoom.com