

ПРИСТА

КОРПОРАТИВНО ИНФОРМАЦИОННО ИЗДАНИЕ

бр. 01/ 2016

От един арт проект на Приста ойл
до европейските GT4 със SIN R1
на София Кар Моторспорт



**Приста ойл ще увеличава
продажбите към
ключови клиенти**



АКЦЕНТИ

Динамиката на икономическия сектор в регионален и световен план естествено се отразява и върху дейността и резултатите на Приста ойл като мултинационална компания.

Но за развитието на бизнеса като цяло отговорността и заслугите са най-вече на хората, на екипите, които успяват да постигнат целите, водещи до желаните резултати.

Успешно продължават дейността си дружествата в България, Румъния и Узбекистан, сочат годишните отчети. И към тях се присъединяват тези от Украйна и Чехия. Радващо е, че Приста-Чехия вече показва положителен финансов резултат на един изключително конкурентен пазар и че добрата маркетингова политика се потвърждава и на практика.

И отново пак ще се върна на хората в Приста- едни добри поставени цели и за-

дачи сами по себе си не значат достатъчно, за да се превърнат в реалност. Така търговският екип се оказва еднакво важно звено с тези на производството на продукти с постоянно качество. Обучителните екипи допълнително стимулират дистрибуторите по места, като помагат на дилърите да бъдат впечатляващо компетентни и достатъчно знаещи, за да печелят доверие у клиентите и да се радват на добри резултати.

Но най- отчетливо нивото на Приста се забелязва с отличното представяне на болида на русенския пилот и конструктор Росен Даскалов. На легендарната пис-та Монца в двата състезателни дни първата машина на старта респектиреше с логото на Приста ойл и демонстриреше готовност и решителност за отлично представяне и победа. Емоцията е особено голяма, когато на подобна международна изява изпъква знакът на един доказан и успешен производител и търговец на смазочни продукти, познат все повече с марката **PRISTA**.

Пламен Бобоков
и арх. Танко Серафимов /посмъртно/
бяха удостоени със званието
"Почетен гражданин на град Русе"

От един арт проект на Приста ойл
до европейските GT4 със SIN R1
на София Кар Моторспорт

Болидът на русенеца
Росен Даскалов
бе обявен в Монца за
най-бърз автомобил

Приста ойл ще увеличава
продажбите към
ключови клиенти

Живко Костов със семейството
си - съпругата Петя и децата
Мина и Константин

Приста Ойл Турция участва
в търговското изложение
„Автомеханика Истанбул 2016“

API вдигат таксите
на лицензите за моторни масла

Приста Ойл и Верила Лубрикантс
взеха участие в „Кариери – 2016“

20 години ГЕОСИМ - Варна
работи неизменно с Приста ойл



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

Ирина Ропай
групов маркетинг координатор

Предпечат:
 **RUSE PRESS**
printing house

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

Пламен Бобоков и арх. Танко Серафимов /посмъртно/ бяха удостоени със званието “Почетен гражданин на град Русе”



**Съсобственикът на
“Приста Ойл” Пламен
Бобоков
и арх. Танко Серафимов
/посмъртно/
стават почетни
граждани на Русе.
Това реши Общинският
съвет в крайдунавския
град.**

Арх. Танко Серафимов /1943-2013/ е един от най-значимите съвременни български архитекти, проектант и ръководител на екипите на „Ателие Серафимов архитекти“, преподавател в Университета по архитектура, строителство и геодезия, два последователни мандата ръководител на Съюза на архитектите в България, носител на няколко награди за проект на „Сграда на годината“, носител на наградата за архитектура на Столична община. Проектирал е множество сгради в цялата страна – търговски центрове, офиси, жилищни сгради, хотели, спортни обекти, както и новата многофункционална зала „БУЛСТРАД Арена“ в Русе. Едно от последните признания на арх. Серафимов е номинацията на Арената в категория „Сгради спортна инфраструктура“ в Националния кон-

курс „Сграда на годината 2015“.

Пламен Бобоков е роден в Русе, на 31.10.1968 година. Завършил е русенската Математическа гимназия и висше юридическо образование. От 1992 г. се занимава с частен бизнес. През 1993 г., заедно с брат си Атанас Бобоков, основават дружеството „Приста Ойл“.

Пламен Бобоков е едни от най-щедрите меценати на културата и радетел на българщината. С дарени от него средства беше изграден християнският център за подпомагане на бедни хора в кърджалийския манастир „Успение Богородично“, както и паметникът на светите братя Кирил и Методий, дарен на българската общност в Одеса, Украйна. Дело на фондация „Братя Бобокови“У е и проектът за подкрепа на духовните и културни ценности „Прекрасният Северозапад“,

стартирал през 2002 г. Очакванията и декларираните намерения от страна на братя Бобокови са едноименната фондация да изгради Нумизматичен музей в Русе, който да се помещава в сградата на бившето Музикално училище на ул. „Борисова“. Пламен Бобоков е един от най-щедрите дарители, член на Управителния съвет на Сдружение „Всех Святих“ и радетел на идеята на възстановяването на църквата „Всех Святих“ в Русе.

През последните години Пламен Бобоков влага много усилия и в съвместната с Община Русе реализация на проекта за довършването на чаканата десетилетия наред от русенци Спортна зала. Архитектурата на Арена-та ще въведе нови стандарти в провеждането на спортни и развлекателни събития в България и ще позволи залата да оперира

Пламен Бобоков: Русе е не само в сърцето ми, но и във всички мои бъдещи проекти



според съвременните пазарни предизвикателства и Европейски стандарти. В Националния конкурс за Сграда на годината 2015, в категория „Сгради спортна инфраструктура“, наградата спечели „БУЛСТРАД Арена“. Очакванията са през следващите няколко години районът около залата да се обособи като трети градски център, благодарение на инвестиционните намерения на Пламен Бобоков за довършване на строителството и развитие на туризма и бизнеса в край дунавския град.

Общински съвет – Русе удостои посмъртно със званието „Почетен гражданин на град Русе“ арх. Танко Серафимов за неговите значими постижения в областта на архитектурата и за приноса му към развитието на инфраструктурата на Русе. Със званието „Почетен гражданин на град Русе“ бе удостоен и Пламен Бобоков за приноса му за развитие на икономиката и инфраструктурата на гр. Русе и като един от най-щедрите дарители в Община Русе.

■ **„Приста Ойл“ се превърна в емблема на успешен бизнес не само в България, но и все по-категорично в международен план. Вече в колко държави се разпростира Вашият бизнес и какви резултати очаквате през новата година?**

Считам, че 2016 година ще бъде исторически най-добрата за Приста Ойл. С основание очаквам повече от отлични резултати, тъй като имаме сключени големи договори и всеки момент ще започне изпълнението по тях. Така че, меко казано, очаквам не удвояване, а утрояване на резултата. Но нека не бързаеме да говорим в аванс, а изчакаме прогнозите да станат реалност; опитът от последните няколко години ме научи да бъда по-предпазлив. Що се касае до географията на бизнеса, към настоящия момент освен производствата ни в България, имаме и такива, които се генерират от заводите ни в чужбина. Изключвайки българския и румънския пазар, които са основни за нас, почти изцяло **PRISTA** е ориентирана към страни извън Европейския съюз - вече изнасяме за над 40 държави на 4 континента.

От лятото на 2015 е факт и първата частна зала в Югоизточна Европа - зала „Булстрад Арена“. Безпрецедентен по рода си проект, който заедно с брат Ви Атанас, разгърнахте и осъществихте в публично-частно партньорство с Община Русе. Какви са положителните последици за град Русе?

Както неведнъж съм казвал, „Булстрад Арена“ е призвана да върне славата и величието на града ни. Тя е част от проект за възраждането на Русе, важна предпоставка градът да върне короната си на културно средище в България и същевременно заеме достойно място в Югоизточна Европа като център на културни, спортни, обществени, бизнес и конгресни прояви. Да привлече международно внимание, туристи и по този начин да провокира икономически подем в нашия град. Отново искам да спомена, че изграждането и откриването на залата не изчерпва ангажимента ни към нея, а продължава със сериозни разходи по издръжката ѝ.

С какво са свързани амбициите ви за бъдещето на залата?

Голямата ни амбиция е да превърнем „Булстрад Арена“ в своеобразен институт, около който ще се консолидират и развият интересни бизнес и културни процеси и да стане притегателен център за Дунавския регион, като в това число включвам не само българската част, но и румънската. Място, където да се провеждат всякакви видове събития на световно, европейско, национално, регионално и локално ниво. Всъщност, залата е само началото и в основата на всичко, което предстои да създадем. Вече работим върху това да надграждаме покрай нея с допълнителни проекти, които да я направят още по-атрактивна както за спорт, така и за културни и конгресни мероприятия. Следва-

щата ни сигурна инвестиция е хотел в непосредствена близост, чието строителство се надяваме да започнем през месец май. Той ще допринесе за 100 %-вата ѝ функционалност. Изграждането му ще даде възможност да предлагаме услугата „спортен лагер“. В обстановката на модерен хотел ще могат да бъдат настанявани клубни и национални отбори за тренировъчни процеси и подготовка по съответния спорт, като използват всички по-малки тренировъчни зали, както и основната зала в „Булстрад Арена“. Същото важи и за гостите на културните мероприятия, като към цената на билета ще можем да добавим и атрактивен пакет за престой, включващ нощувка, закуска, обяд, вечеря и т.н.

Хотелът ще разполага с модерна и уютна СПА ерия, басейн и фитнес център. На територията му е предвидено да бъде изградена и функционално оборудвана първата за гр. Русе модерна и ергономична конферентна зала с широки възможности за реализация на различни по обем и същност мероприятия – от лимитирани малки бизнес сбирки, през пресконференции и форуми за 250 човека, до мащабни конгресни изяви с обем до 3 000 души. Сериозно внимание е обърнато на всеки детайл, с цел задоволяване и най-капризните изисквания. Ще има топла връзка между хотела и „Булстрад Арена“, не само за удобството на клиентите, но и за обслужване на залата с кетъринг. Включително кухнята на хотела ще бъде изградена по начин, позволяващ да обслужва много голям брой, от порядъка на 4 хиляди човека.

Налага се да мислим дългосрочно, защото само след две години, през 2018-та, предстои България да стане водеща страна в Европейския съюз. Тогава Русе, като най-големия български град на река Дунав и централен град по Дунавската стратегия между България и Румъния, ще бъде домакин на редица международни събития. Трябва да сме готови да посрещнем това предизвикателство.

Защото освен красивите булеварди и прекрасните паркове, Русе се нуждае от място за настаняване на многобройните гости, от зала, в която да бъдат посрещнати и обслужени по съответния европейски начин.

В заключение искам да кажа, че заедно с брат ми предвиждаме редица други неща, които да направим за Русе, с желанието да привлечем сериозния бизнес за инвестиции в града, но на този етап все още не бих искал да коментирам в подробности. Истината е, че Русе е не само в нашите сърцата, но и във всичките ни бъдещи проекти.

В тази връзка, какво се случва със сградата на Музикалната гимназия в Русе и идеята Ви да я превърнете в Първия частен музей в България?

Музеят ще бъде завършен. В момента извършваме всички необходими действия, за да реализираме и този проект в града. Проект, който смея да твърдя, съхрани през годините уникалния паметник на културата и не допусна той да бъде съборен и заменен от поредния „гениален проект“. Кандидатстваме по европейска програма и трябва да изчакаме, но считам, че сме направили всичко необходимо по нашите стандарти, за да изградим най-модерния музей в България. С откриването му ще приключим поредния си ангажимент, допълващ идеята ни да възродим Русе и върнем старата му слава на културна столица на България.

Верни ли са слуховете, че ще ставате член на настоятелството на Русенския университет?

Да, вече не само брат ми Атанас, но и аз ще бъда част от настоятелството на Русенския университет „Ангел Кънчев“. Огромна чест е за нас. Любез-

ната покана ми бе отправена от новия ректор проф. д-р Велизара Пенчева, както и от Председателя на Общинския съвет на гр. Русе и бивш ректор на университета чл. кор. проф. д. т. н. инж. Христо Белоев. На такова предложение не можем да откажем, още повече, че заедно с брат ми имаме интересни планове за развитие, които включват и Университета. Така че, надявам се да съумеем да приложим положителния си опит от публично-частното партньорство с Общината и в партньорството ни с Русенския университет. Защото Университетът, като водещ образователен център и доброто образование като цяло, са едни от най-силните оръжия за развитие не само на нашия град и бизнеса в него, но и въобще за развитието на региона.

Освен с успешен бизнес и мащабни проекти, фамилия Бобокови се свързва и със сериозна благотворителност. Като дълг на бизнеса ли я приемате и какво ви носи това?

Разбира се, дарителството е част от философията за връзката на бизнеса с обществото. За мен и брат ми то е по-скоро семейна ценност, в която сме възпитани и дълг на всеки един от нас. Затова се стараем да възпитаваме и децата си в тази насока, а отговорността ни като публични фигури е още по-задължаваща. През всичките тези години и днес, не спираме да подкрепяме много и най-различни инициативи, без да го афишираме или търсим признание. Силно вярваме, че личният пример и приемствеността е пътят за възстановяване на филантропските традиции у нас и е връзка с нашите корените.

От един арт проект на Приста ойл до европейските GT4 със SIN R1 на София Кар Моторспорт

Росен Даскалов успя да привлече Приста ойл като значим спонсор за своя уникален супер автомобил SIN R1, който се състезава успешно в Европейските GT4 серии този сезон.



Тази история е повече от интересна, защото русенският пилот и конструктор Росен Даскалов се обръща със заинтеригуващо предложение към Пламен Бобоков, председател на борда на директорите на Приста ойл и основен акционер в компанията. Всъщност ако Приста ойл има голяма популярност в автомобилния спорт у нас и в редица балкански страни, то това се дължи именно на подчертания интерес на Бобоков към този мъжки спорт, който е и най-близо до масления бизнес на динамично развиващата се Приста.

Росен Даскалов предлага тематика за календара на компанията за 2015 година да бъде свързана и със снимки на новия болид като емблема на високи-

те технологии и модерни тенденции в автомобилостроенето. Всъщност Приста ойл като уважаваща себе си, клиентите и почитателите си фирма, превърна в една успешна традиция създаването на луксозни календари с подходяща за бизнеса тематика.

Идеята е обсъждана, развита и приета. Но Даскалов не спира до тук. По време на успешното представяне на спортния автомобил през 2015 година на пистите в Европа, той идва с ново предложение- този път Приста ойл да бъде спонсор на неговата уникална машина в Европейските GT4 серии.

„Вдъхнови ме идеята за това как една русенска фирма



Болидът на русенеца Росен Даскалов бе обявен в Монца за най-бърз автомобил

*Наказания и повреда лишиха Sin R1 GT4
и от място на почетната стълбница*

като Приста ойл за сравнително кратък период от време се изстреля сред водещите успешни компании, производители на масла и смазочни продукти. Просто вярвам, че и София кар мотор спорт, също ще има това бързо и успешно развитие.

По този начин смятам, че е удачно да се представи и рекламира нивото на бизнеса в България както в Европа, така, и евентуално, в САЩ, където успешно се представят други два наши болида, заяви Даскалов.



Първият ден от надпреварата в първия кръг на Европейските GT4 серии на пистата Монца премина с голям успех за София Кар Моторспорт и Sin R1 GT4.

В събота от 15 часа професионалният пилот Хендрик Щил стартира от първа позиция, но веднага след това остана втори. Преди влизането в бокса за смяна с другия пилот, Андреас Гюlden, Щил отново поведе в надпреварата. Автомобилът на русенеца Росен Даскалов бе "санкциониран" с допълнителни тежести от 65 кг. и наказателни

15 сек. за това състезание „преценка на съдиите“.

Въпреки всичко в инфарктния финал Гюlden финишира втори. За по-малко от 5 минути той успя от 7-ма позиция да стигне до подиума. За съжаление обаче радостта трая кратко, тъй като съдиите отново наложиха санкция от нови 30 секунди за това, че пилотът на българският супер автомобил Sin R1 GT4 Андреас Гюlden е настъпил бялата линия на излизане за бокса, която го отпрати на 8-ма позиция след първия кръг на това изклю-



чително успешно представяне, в навечерието на именния ден на Росен-Цветница.

На следващия ден отново първи на летящия старт застана автомобилът на Даскалов с пилот Андреас Гюлден. Внезапна повреда в алтернатора извади от пистата водача във втория кръг на състезанието в Монца - българският болид Sin R1 GT4.

До последната обиколка, преди да влезе в бокса и да бъде сменен от професионалния пилот Щил, както налага регламентът на състезанието, колата отстъпи на второ място. Въпреки откритата неизправност и липсата на действаща хидравлика, Щил излезе на трасето. Огромното желание да продължи не бе достатъчно да преодолее липсата на захранване, а това принуди опитния пилот да се върне окончателно в бокса. Въпреки опитите му да включва и изключва прекъсвача, неработещите системи са обезсмислили всякакви други опити да продължи успеш-

ното представяне.

Отборът София Кар Моторспорт и съзателят на болида Росен Даскалов бяха обявени от феновете в Монца за най-добър отбор с най-бърза кола.

Българският суперавтомобил SIN R1 GT4 бе най-бърз на свободната тренировка на пистата „Монца“, където се проведе първият кръг от европейския шампионат на сериите GT4. Пилотите Хендрик Щил и Андреас Гюлден дадоха най-добро време в конкуренцията на марки като „Мазерати“, „Порше“, KTM, „Шевролет Камаро“, БМВ и др. С това те показаха амбициите на първия в историята ни професионален отбор „София Кар Моторспорт“ за престижно представяне в европейските GT4 серии този сезон.

Sin R1 GT4 даде най-добро време и на двете свободни тренировки, като остави зад гърба си всички свои конкуренти.

Успехът на българския суперавтомобил, създаден от Росен

Даскалов, продължи и в квалификациите за място, където пилотите Хендрик Щил и Андреас Гюлден се представиха отново с най-добри резултати.

За първи път в спортната ни история професионалният ни отбор София Кар Моторспорт и първият български производител на спортни и състезателни автомобили Sin Cars си партнират с един от най-добрите отбори в Европейските GT4 серии - немският Mathol Racing. Mathol Racing е дългогодишен шампион във VLN сериите (Veranstaltergemeinschaft Langstreckenpokal Nürburgring), както и на 24 часа на Нюрбургринг. Участник в GT4 с Aston Martin Vantage GT4

Опитните германски пилоти Хендрик Щил и Андреас Гюлден вече познават автомобила от миналия сезон. Щил има най-голям опит със SIN R1 GT4, тъй като го кара през цялата състезателна 2015 г. Той стана шампион през нея в германските серии VLN. Андреас Гюлден също се състезава в сериите VNL и „24-те часа на Нюрбургринг“, както и в Young Timer. Той кара в последния кръг тогава за „София Кар Моторспорт“ в Мизано (Ит), и зае второ място заедно с Щил в клас PRO. През сезон 2015 зад волана на българския автомобил беше и холандският принц Петер Кристиан ван Оранье.

Тазгодишният календар включва 6 кръга. След първия на „Монца“ следват Гран при на По (Фр) на 15 май, на 12 юни е стартът на „Силвърстоун“ (Вбр), на 10





юли на „Спа“ в Белгия. Надпреварата на Нюрбургринг е на 25 септември е, а финалът – на 9 октомври на „Зандворт“ в Холандия.

След успешния дебют на хомологирания от ФИА състезателен автомобил SIN R1 GT4 през 2015 г., 2 състезателни автомобиля вече участват в американския шампионат *Pirelli World Challenge*. Следвайки мотото „От състезанията към уличния автомобил“, историята на успеха беше продължена с модела SIN R1, представен успешно на автосалона в Женева през март.

Други два автомобиля SIN R1 GT4 участваха по същото време (на 23 и 24 април) в състезанието *Pirelli World Challenge*, проведено в Бирмингам, Алабама. Бolidите отново донесоха две първи места, едно четвърто и едно пето, с което се утвърдиха като най-бързите коли за своя клас.



Супер автомобилът е дело на русенския автомобилен състезател Росен Даскалов, наследник на фамилия с изявени спортни традиции в моторните спортове у нас и в чужбина. Баща му – Стефан Даскалов, е дългогодишен състезател с мотоциклети и автомобили, многократен шампион на страната. Самият Росен също има богата спортна биография – занимавал се е на майсторско ниво с картинг, мотоциклети и състезателни автомобили. Даскалов до скоро се състезаваше в националния шампионат по автомобилизъм на писта с BMW при най-мощните в клас Макси.

Явно, освен бързото каране, много добре му се отдава и конструирането на автомобили. Още като студент в НСА Васил Левски конструира на базата на стандартно BMW пистова машина с централно разположен двигател. След това купува супер-спортния английски автомобил *Radical* с който

побърква феновете на спорта по пистите у нас. За съжаление, от Българската автомобилна федерация му отказват да участва в националните шампионати по ред не съвсем добре обосновани причини и той се насочва към външна изјава.

Основавайки се на опита, получен от експлоатацията на спортната английска машина, Росен запретва ръкави и създава своя, собствена, оригинална, наречена *Sin1*, която излага на специализирания автосалон за спортни автомобили в Бирмингам, Англия през миналата година. Там прави истински фурор с колата си, както и при представянето ѝ вече в движението по време на прочутия фестивал на скоростта */Goodwood Festival of Speed/* в имението Гудууд на пера на Марч.

Приста ойл ще увеличава продажбите към ключови клиенти в региона на Близкия Изток, Африка и Централна Азия

И дъщерната фирма в Чехия с положителен финансов резултат



Николай Костадинов

Групов главен счетоводител на
Приста Ойл Груп

Предварителните консолидирани цифри на Приста Ойл Холдинг ЕАД за 2015 година и съпоставката им с резултата за 2014 доказват устойчивото развитие на т.нар. органичен бизнес на компанията, а именно произ-

водството и търговията със смазочни масла и акумулаторни батерии. Въпреки поредната година без участие в големи международни търгове и осъществяването на големи експортни сделки, Приста запазва брутния обем

Prista Oil Holding EAD (consolidated management figures)

All amounts in Thousands of EUR

Y 2015

All amounts in Thousands of EUR

Y 2014

Gross Sales			COGS	Operational margin	Gross Sales			COGS	Operational margin
Sales of Commercial Goods	20 160 €	16 171 €	20%		Sales of Commercial Goods	21 131 €	16 852 €	20%	
Lubricants	14 206 €	10 738 €	24%		Lubricants	16 314 €	12 692 €	22%	
Greases	516 €	401 €	22%		Greases	581 €	453 €	22%	
Base Oils	4 221 €	3 874 €	8%		Base Oils	2 450 €	2 257 €	8%	
Lead	1 217 €	1 158 €	5%		Lead	1 786 €	1 450 €	19%	
Sales of Produced Goods Sold	174 322 €	128 419 €	26%		Sales of Produced Goods Sold	185 979 €	139 014 €	25%	
Lubricants	42 911 €	28 760 €	33%		Lubricants	41 758 €	30 140 €	28%	
Greases	2 833 €	1 928 €	32%		Greases	3 297 €	2 143 €	35%	
Petroleum Jelly	923 €	774 €	16%		Petroleum Jelly	3 013 €	2 569 €	15%	
Batteries	116 264 €	87 261 €	25%		Batteries	111 708 €	81 337 €	27%	
Other	11 391 €	9 696 €	15%		Other	26 203 €	22 825 €	13%	
Sales of Services	2 162 €	1 088 €	50%		Sales of Services	3 310 €	2 261 €	32%	
Other sales	5 625 €	2 100 €	63%		Other sales	4 592 €	68 €	99%	
Total	202 269 €	147 778 €	27%		Total	215 012 €	158 195 €	26%	

на продажби и реализираните брутни маржове в основните линии на бизнес. Въпреки някои негативни ефекти, продиктувани от вариациите в цените на основ-

ните суровини и поскъпването на щатския долар, компанията успява дори да реализира повишение на брутния марж от производството и продажба на про-

дукти под марката **PRISTA** с 5%, а на смазочни масла по договори за дистрибуция с други производители с около 2%.

Традиционно силно пред-

ставяне на дружествата от масления бизнес имат компанията майка Приста Ойл Холдинг ЕАД, Приста Ойл Румъния, УЗ Приста и Премиум Лубрикантс. Запазва се положителната тенденция в резултатите на Приста Ойл Сърбия и Приста Ойл Киев. 2015 година е и първата, в която придобитото през 2013 година дъщерно дружество Приста Ойл Чехия (предишно Chevron Czech) отбелязва положителен финансов резултат. Това дружество има основна и водеща роля в процеса на изграждане на т.нар. централен и източноевропейски дистрибуторски клъстер, включващ съществуващите дъщерни търговски дружества на компанията в Чехия, Унгария и Словакия за съвместна реализация на смазочни масла **PRISTA** и **TEXACO**.

Преструктурирането на основните бизнес линии в холдинга доведе до решение за продажбата на дъщерното дружество Богдани Петрол през 2015 година. Тази инвестиция бе придобита през 2013 година в резултат на вътрешногруппова транзакция от компанията майка Приста Ойл Груп Б.В. Целта на транзакцията беше консолидиране на масления бизнес, а също така и използването на изградената вече логистична структура за снабдяване с основната суровина за бизнеса на компанията. В края на 2014 година тази синергия в дейността на Богдани Петрол и Приста Ойл Холдинг стана невъзможна поради някои външни икономически фактори (спиране на рафинерията Кременчуг – Украйна), както

и на вътрешногруппова реорганизация на дейността. Вземайки предвид тези обстоятелства, както и това, че в производството на основните си продукти (вазелини и емулсии) Богдани Петрол има силни конкурети основно от Западна Европа, поради което основните му пазари бяха в сравнително далечни дестинации – главно Западна Африка, което прави реализацията конюктурна и несигурна, ръководството на Приста Ойл Холдинг ЕАД взе решение за продажбата на дружеството.

Сред основните приоритети на мениджмънта на холдинга за 2016 година са:

1. Устойчиво развитие на продажбите на традиционните за дружеството пазари.

2. Стабилизиране на продажбите към ключови клиенти в региона на Близкия Изток, Африка и Централна Азия.

3. Увеличаване на доставките на корабни масла към клиенти от региона на Балтийско море.

4. Активно участие в търгови процедури за доставка на смазочни масла както в страната, така и чужбина – особено в региони, където продукцията на дружеството е добре позната и се възприема като такава с произход от страна член на Европейския Съюз.

5. Развитие на дистрибуторския клъстер, включващ дъщерните търговски дружества на компанията в Чехия, Унгария и Словакия.

Greases (MT)	1 739
- Produced	1 568
- Commercial	170
Base Oils (MT)	5 956
Petroleum Jelly (MT)	782
Batteries(pieces)	2 557 503
Other (MT)	17 123
Gross Sales	
Sales of Commercial Goods	20 160
Lubricants	14 206
Greases	516
Base Oils	4 221
Lead and others	1 217
Sales of Produced Goods	174 322
Lubricants	42 911
Greases	2 833
Petroleum Jelly	923
Batteries	116 264
Other	11 391
Sales of Services	2 162
Sales of Others	5 625
Total	202 269
Cost of Sales	
Cost of Commercial Goods Sold	16 171
Lubricants	10 738
Greases	401
Base Oils	3 874
Lead and others	1 158
Cost of Produced Goods Sold	128 419
Lubricants	28 760
Greases	1 928
Petroleum Jelly	774
Batteries	87 261
Other	9 696
Cost of Services Sold	1 088
Cost of Other sales	2 100
Total	147 778
Gross Sales Profit or Loss	54 491
Operating Expenses	
Marketing , Sales and Distribution Expenses	11 781
General and Administrative Expenses	18 517
Subtotal operating expenses	30 298
EBITDA	24 193
Depreciation	7 346
Total Expenses	37 644
Operating Profit or Loss	16 847
Financial income	
Interest Income	2 418
Foreign Exchange Gains	9 204
Total	11 622
Financial expense	
Bank Charges and Fees	1 152
Interest Expense	3 703
Foreign Exchange Losses	10 076
Total	14 931
Profit/Loss from Financial Activities	-3 309



Живко Костов - търговец по призвание и доказан експерт в продажбите в регион Стара Загора

Професионалните му ангажименти трудно може да се извадят извън скоби от общата екипна работа

Завършва техникум по механотехника Стара Загора. По време на обучението си той отявлено проявява интерес към автомобилите. Много често Живко е можело да бъде видян в автосервиз в техния квартал, където първо гледа, а след това му доверяват участие в различни ремонтни дейности.

Висше образование получава в Техническия университет в Габрово, специалност „Индустриален мениджмънт“.

Започва работа в Мюнхен, Германия като търговец на употребявани автомобили. Български фирми възлагат поръчки и той ги изпълнява. Живко добре владее немски, което му позволява да осъществява професионални контакти с физически лица и автокъщи. Годината е 2001.

Тогава българският пазар се „интересува“ както от много скъпи, така и от много евтини коли. От време на време се появяват

поръчки за тежкотоварни автомобили и строителна механизация. Така до 2003 година, когато приятелката му Петя му става съпруга и настъпва тотална промяна какво в личния му живот, така и на професионалното поприще.

Прибира се в Стара Загора и започва работа във фирми от автомобилния бранш. Занимава се в продажбата на авточасти и масла. Подсъзнателно и неавтомобилите продължават да бъдат актуални. Работи в 3 фирми като търговец, като през тези 7 години успява да създаде доста стабилни контакти в бранша.

Идва 2010 година, когато постъпва на работа в Приста ойл като търговски представител, сега „Експерт продажби“. И така до ден днешен, когато е определен като първия носител на „Търговец за тримесечието“.

През тези повече от 5 години Живко преживява динамичните промени в компанията. При



Живко Костов със семейството си - съпругата Петя и децата Мина и Константин

постъпването си на работа икономическата и финансова кризи все още не са ударили сериозно бизнеса в региона. Но година по-късно пред него се изправят сериозни предизвикателства - пазарът е свит, конкуренцията жестока, част от клиентите фалират. Парите стават екзотика, спомня си търговецът-отличник.

Ситуацията го принуждава да бъде изключително гъвкав. Търси вече основно клиенти, които са финансово стабилни, с възможност да извършват плащания в договорените срокове, без ненужни обяснения и пазарлъци.

Донякъде Стара Загора като регион се оказва благодатен въ-



Снимката е предоставена от Живко и твърди, че това е той....

преки кризата. Но затова и интересът на много други търговци от бранша е насочен натам. Една от сладките „победи“ е влизането му в Загора холдинг- емблематична компания за града с 16 предприятия в нея. Това е висока оценка и доверие както за Живко, така и за произведените и дистрибутирани продукти на Приста ойл.

За него от особена важност са личните контакти с хората, на които трябва, а и печели доверие. Това да си търговец определено освен вродено качество, изисква и доста добро познаване на хората, професионален опит и отлично познаване на предлаганите продукти.

Всеки клиент е различен- независимо дали е директор на предприятие или собственик на сервиз. В един момент водиш разговор на високо ниво, а половин час по-късно- не принуден разговор, където е допустим по-сърдечен тон, обяснява Живко.

В Приста ойл е участник в периодични обучения, включително и от Шеврон. Сериозна подкрепа от Албена Василева и колегите и Отдел Нови продукти и стандарти, мениджърите на търговския отдел, както и изп. директор Цветомир Анастасов. Въвсичко работата на Живко трудно може да се извади извън скоби на обща екипна работа. Не са никак малко ситуациите, в които се налага да се реагира бързо- доуточняване на цени, предлагане на аналози, технически спецификации, което е абсурдно сам човек да може така бързо да реагира.

Живко среща подкрепа и от колегите си в изнесения склад на Приста ойл в Стара Загора. Той е едно изключително предимство за своевременни доставки на ключови клиенти, особено в кризисни и аварийни ситуации.

През малкото свободно време отделя повече внимание на хобито си, свързано със спорт и носещо силни преживявания- да кара ATV в Стара планина. Това естествено му коства освен адреналин, време и пари, а отскоро вече и здраве.

Затова сега печелившо от тази нова ситуация е семейството- Живко повече време е с Петя и двете си деца- Константин и Мина. Но не само да стоят у дома пред телевизора, а да пътешестват из страната и чужбина. Предпочитани дестинации са европейски места, където има динамика и са наситени с живот.

В момента Живко кара собствения, или по-скоро семейния автомобил SEAT Altea, но не е единствен в домашния автопарк.



Приста Ойл Турция участва в търговското изложение „Автомеханика Истанбул 2016“

Екипът на Приста Ойл взе участие в един от водещите международни търговски панаири за автомобилна индустрия, който се проведе в Турция в периода 7-10 април.



Динамичният турски автомобилен пазар изисква добра подготовка и обмислена стратегия за представяне на компанията ви. Ако искате да навлезете на този бързо развиващ се пазар или да разширите съществуващия си бизнес в Турция, Аутомеханика Истанбул е правилната платформа за вас. Събирайки

основните играчи от турските и европейските индустрии заедно, този панаир се е превърнал в място за среща както на турския бизнес, така и на регионалните играчи.

Въпреки че тази година е първият път, в който Приста Ойл Турция се включва в изложението, щандът на компанията при-

влече сериозно и значително внимание. Аутомеханика служи като важна международна платформа за нови възможности за внос и износ, както и за разрастване на бизнеса. Професионалисти от цял свят посетиха щанда на Приста, за да получат информация за продуктовото портфолио и операциите на Приста Ойл и



Верила Лубрикантс.

„Приста Ойл утвърждава себе се като международна платформа в бизнеса с масла, смазки и греси. Ние сме горди да участваме в такова важно събитие като Аутомеханика, организирано на високо професионално ниво. Сигурна съм, че това участие ще ни донесе добри възмож-

ности за бизнес“, казва Гюлсен Йозтюрк, Мениджър доставки и маркетинг на Приста Ойл Турция.





API вдигат таксите на лицензите за моторни масла

От Джордж Гил • 20 Януари 2016



Американският Петролен Институт (API) увеличи таксите си за лицензиране и сертифициране на моторни масла през миналия месец с цел компенсиране на разходите, свързани с предстоящото въвеждане на нови категории при маслата за тежкотоварни дизелови и бензинови двигатели.

Влязлата в сила на 15 декември 2015 г. ревизирана структура на таксите в EOLCS е следната:

- Таксата за заявяване на

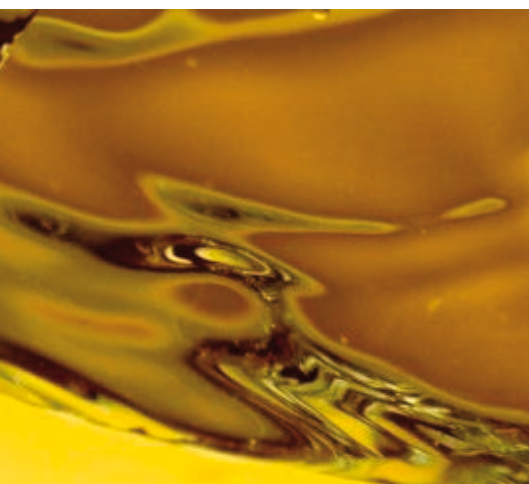
лиценз за нови лицензиати е увеличена от 3000\$ на 4000\$.

- Таксата за подновяване на лиценз е увеличена от 3000\$ на 4000\$. Лицата, подновяващи своите лицензи, заплащат всяка година фиксирана такса на компания, а не на продукт. При тежателят на лиценза може да включи в него неограничен брой класифицирани продукти (всеки един продукт трябва да е одобрен от API).

- Компаниите, подновяващи своите лицензи, заплащат и

такса на база обемите от масла, които са продали. Тази такса бе увеличена от 0.0050\$ на 0.0070\$ на галон, за всеки галон лицензирано масло, продадено след първите един милион галона. Всички лицензирани от API марки моторни масла, независимо дали се предлагат в опаковки или наливно състояние, трябва да бъдат включени в отчетените обеми.

Таксите за членове на API са същите като тези за компании,



които не са нейни членове, като след потвърждаване на плащането подновеният лиценз ще е валиден до март 2017. Лицензиатите, които следва да подновят своите лицензи до 31 март тази година, носят отговорност за всички изпитвания, необходими за доказване на съответствие с изискванията на Системата на API за лицензиране и сертифициране на моторни масла.

Само за моторни масла с валиден лиценз се разрешава

да бъдат поставяни на етикетите им търговските марки на API. Тези включват знака за сервизно обслужване или знака „понижка“, който посочва вискозитетния клас на маслото и категорията, на която отговаря - Сервизна (S) или Търговска (C), както и логото „звездичка“, което сертифицира, че маслото удовлетворява последните спецификации за серии ILSAC GF.

До миналата седмица има повече от 14 000 продукта, лицензирани да използват марката за сервизно обслужване на Американския Петролен Институт и около 737 компании в целия свят, притежаващи лицензи от API, според Кевин Ферик, мениджър Моторни масла към търговската група, базирана във Вашингтон. Данните са на база приблизително 12000 продукта и 650 компании, които са получили такива лицензи преди една година.

„Както изглежда, ще добавяме лицензиати в Близкия Изток и Азия“, сподели за Lube

Report Ферик.

Около 47% от лицензиатите са от Северна Америка (САЩ, Канада и Мексико), 37% са концентрирани в Азия или Австралия и 12 % идват от Европа и Близкия Изток. По-малко от 3% са онези от Латинска Америка или Карибите. В Африка се намират по-малко от 1% от световните лицензи.

Това е първото увеличение в цените на таксите от декември 2013 г. и от API споделят, че то е свързано с необходимостта от покриване на разходите по поддържането на нови и по-комплексни категории за моторните масла. Първи ще бъдат двете нови категории за дизелови двигатели - API CK-4, подобрена версия на текущата CJ-4 категория и API FA-4, насочена към удовлетворяване на по-стриктните изисквания за емисии на парниковите газове, които се очакват да бъдат въведени до 1-ви декември 2016 г.

С представянето им на конкретните пазари, „API ще трябва



ва да запознае операторите на автопаркове и камиони, търговци, доставчици на услуги и собственици на камиони със значението да бъдат използвани тези нови категории за тежкотоварни дизелови двигатели, така както се препоръчва от производителите на двигатели“, сподели Ферик в писмо от октомври, с което бе оповестено увеличението в цените на таксите.

Допълнително, в края на 2017 или началото на 2018 г. се очакват нови категории при маслата за бензинови двигатели.

„Най-малкото API ще трябва да финансира образователна кампания във връзка с новите категории и да увеличи броя на маслата, които се изпитват, с цел да гарантира качеството на лицензираните масла в по-широк мащаб и на онези, за които са повдигнати претенции, че отговарят на изискванията на конкретна API категория“, отбелязва Ферик.

Целите, за които API говори, че ще бъдат подкрепени с увеличението на таксите, включват:

- Стартиране на образователна кампания, която да запоз-

нае индустрията и клиента със значението да се използват масла с качество, отговарящо на изискванията на API и да се спазват препоръките на производителя, съдържащи се в книжката на автомобила

- Промотиране на Програмата на API „Моторното масло има значение“, така че тя да се признае от индустрията и клиентите като знак за качество. От базата на института във Вашингтон заявиха, че центровете за смяна на масло, производителите на автомобили, дистрибуторите и търговците на масла, са поискали програмата да се промотира с цел признаването ѝ от клиентите.

- Одитиране на по-голям брой проби моторни масла в пакетирани и наливно състояние, взети от световния пазар, за да се гарантира в по-широк мащаб качеството на маслата, за които е повдигната претенция, че покриват изискванията.

- Публикуване на списък с несъответстващите масла и периодична актуализация на списъка с нелицензирани от API масла.

- Предприемане на повече принудителни мерки срещу масла, неотговарящи на изисквания-

та. За периода от 2009 до 2014 г., от API са установили, че 19% от тестваните масла в наливно състояние, за които е била повдигната претенция за качество, не удовлетворяват изискванията на конкретната сервизна категория на API. От API казаха, че това са били наливни проби, закупени от центровете за смяна на масло, които по всяка вероятност са смятали, че получават масла със съответното качество.

Всички продукти, които към момента имат лицензи на API, са включени в онлайн база данни с опция за търсене [online database](#).

Подновяването на лицензи се извършва на специализирания уебсайт на API за моторни масла през защитен сайт за лицензиати на API [secure website for API licensees](#).

За информация относно системата EOLCS, можете да изпратите имейл на ferrick@api.org.

Приста Ойл и Верила Лубрикантс взеха участие в „Кариери – 2016“

За пореден път Приста Ойл и Верила Лубрикантс приеха поканата от кариерния център при ХТМУ – София и ръководството на Университета и участваха в 10-тия форум „Кариери“

Форумът се проведе на 06.04.2016 год., като включи участници като Адеко България ЕООД, Вайс Профил ООД, Вазовски Машиностроителни заводи ЕАД, Луфтханза Техник София, Неохим АД, Орграхим АД, Сенсата Технолоджис България ЕООД, София Мед АД и много други.

„Десетте издания на това събитие и особено проведената през 2013 год. седмица „Кариери“, включваща разнообразни изяви в рамките на честването на 60 години от обособяването на ХТМУ като самостоятелно висше учебно заведение, ни позволиха да натрупаме опит и да обобщим споделените впечатления от участващите студенти, млади специалисти, представители на фирми и преподаватели. Очевидна е ползата от преките контакти и директната комуникация като най-ефективна форма на свързване и общуване между бъдещите специалисти в различни сфери на химическата и металургичната индустрии, инженерната дейност, автоматизацията и информационните технологии,



екологията, биотехнологиите и др., от една страна, и представителите на компании – потенциални работодатели, развиващи своята дейност в тези области, от друга страна“, казва Таня Младенова, Експерт към Кариерен център при ХТМУ



В качеството на участници във форума през 2016 год. г-жа Албена Иванова-Василева, Ръководител отдел „НПИС“ на Приста Ойл и г-н Ганчо Кръстев, Търговски директор на Верила Лубрикантс, имаха възможност да се срещнат и разговарят със заинтересовани студенти от трите образователно-квалификационни степени и с наскоро завършили възпитаници на ХТМУ и да представят дейността на двете компании.

Експерти на Приста ойл проведоха обучение на екипа на КИОГ - Благоевград



На 17.03.2015 г. представители на Приста Ойл в лицето на Борислав Панджаров и Анатоли Анастасов се срещнаха с ръководството на КИОГ ЕООД и проведоха обучение на търговския екип на фирмата.

Акцент на продуктовото обучение бяха моторните масла за леки, лекотоварни и тежкотоварни автомобили, където специално внимание се обърна на широката гама от продукти, предлагани от **PRISTA** и **TEXACO**. Бяха обсъдени последните изисквания към моторните масла по отношение на съвместимост-

та им със системите за третиране на отработените газове, актуалните спецификации на различни производители на оригинално оборудване (OEM) и ACEA.

Дискутирани бяха трансмисионните и маслата за диференциали, като особено внимание се обърна на факторите и особеностите при избора на този тип масла съгласно приложението им.

Презентирани бяха и течностите за автомобили. Акцент бяха различните видове охлаждащи течности (антифризи). Обърнато беше внимание на сроковете за смяна на спирачните течности и колко важно е редовното им сервизиране. Дискутирани бяха вредите и последиците при използване на течности за чистачки със съмнително качество (включително и такива, съдържащи високо съдържание на метанол).

Обучението не подмина и индустриалните масла. Презентирани бяха различните видове хидравлични масла, тенденциите във формулирането и използването на този тип продукти,

сроковете за смяна и анализ на най-честите повреди. Участниците в обучението се запознаха с предимствата на всесезонните хидравлични масла и подобрената ефективност, която тези масла предлагат.

Темите на обучението бяха разнообразни и увлекателни. Представителите на **PRISTA** показаха голям професионализъм, а партньорите от търговския екип на фирма КИОГ отговориха с висока активност, конкретни въпроси и много добра компетентност.





**HAVOLINE WORKSHOP PROGRAM
A MAGYARORSZÁGI BOSCH SZERVIZEK RÉSZÉRE**

KATALÓGUS

2016/1.



PRISTA OIL

Prista Oil-Hungary Kft., a Texaco kenőanyagok
hivatalos magyarországi forgalmazója
www.prista-oil.hu

Havoline
MOTOROLAJOK



BOSCH
Életre tervezve



Отличителни черти на ЕИО

Експанзията в Чехия продължава

Победите на клиентите са сигнал за безпроблемното изпълнение на амбициозния план за растеж на Приста Ойл-Чехия. Наскоро подписаните договори внасят значимия нов бизнес от сектора на автомобилостроенето в дейността на Приста.

BusLine е вторият най-голям играч на Чешкия пазар, осигуряващ обществен транспорт в Прага и в северната част на Чехия, с 500 пътнически и туристически автобуси. Това е компания с висок профил, с динамичен растеж, управляваща свои собствени CNG (Компресиран природен газ) газ станции и автобусни сервиси. 'Много се гордеем с това постижение', казва Павел Херинк, Генерален Мениджър на Приста Ойл-Чехия и Словакия. 'Успяхме да получим договор с изключителни права за всички населени места в страната, из-

мествайки Shell, които обслужваха BusLine в продължение на 20 години'.

SIEN Solution е друг важен нов клиент за Чешкия екип. Те управляват 12 центрове за части, продавайки на малки сервиси и потребители. Също обслужват и своите собствени сервиси.

Domitruck е голям независим сервиз за камиони, който също продава и ремонтира камиони DAF. Сега са преминали от лубрикантите на Agir и Q8 към Техасо. Те – точно както всички други сервиси на DAF в Чехия и Словакия – са преминали обучението за лубриканти, проведено от страна на екипа на Приста през м.март. 'Много е важно хората, отговарящи за техническото и клиентско обслужване на сервизите, да имат добро разбиране за лубрикантите', обяснява Якуб Мусил, Мениджър „Продажби“, организатор на обученията. 'Особено, когато продаваш премиум лубриканти като Техасо. Ето защо организирахме техническо обучение за всички сервиси на DAF, а също така проведохме и презентация на марката Техасо'.

Образоването на клиентите определено се изплаща – както бе доказано от Чешкия екип: техният оборот за DAF през Март се удвои в сравнение с предходните месеци...

Унгария: Един от всеки четири автосервиза продава лубриканти Техасо



Габор Егри, Мениджър „Ключови клиенти“

След успешния договор с Асоциацията на Главната кантора и Дилърите на Bosch към края на миналата година, все повече и повече сервиси на Bosch започнаха да купуват продукти Техасо от Приста-Унгария. Мениджърът „Ключови клиенти“ Габор Егри е посетил един по един сервизите с Териториалните Мениджъри на Bosch и сега 21 сервиза купуват лубриканти Navorline. 'Доволни сме от резултатите за сега', казва Габор, 'предизвикателството в момента е да ги накараме да продължават да купуват Техасо. Ето защо планираме да лансираме програма за лоялност за мрежата на Bosch, предлагайки брандирани маркетингови материали и консумативи на сервизите с атрактивни условия при





покупката на същите. След като най-голямата независима сервизна мрежа в Унгария използва лубриканти Техасо, това за нас е както чудесна референция на пазара, така и ефективен генератор на информираност за моторните масла Havaline, и като цяло за смазките Техасо.'

Словакия: Нов член на екипа на борда



Павол Хаваси

Павол Хаваси наскоро се присъедини към Приста ЕИО с агентски договор като Мениджър

„Продажби“ за Словакия. Списание „Приста“ го помоли да ни въведе набързо.

Списание „Приста“: Бихте ли ни направил кратко резюме на професионалния Ви опит?

Павол Хаваси: Работя в бизнеса с лубриканти от 2000г.. Започнах като Специалист „Смазки за транспорта“ за Shell Словакия, а по-късно станах Непряк Мениджър по Управлението на канали, наблюдаващ дистрибуторската мрежа на Shell в Словакия.

Списание „Приста“: Какво считате за свой най-голям успех досега в кариерата Ви?

Павол Хаваси: Shell Словакия постигна 95% пазарен дял на лубрикантите за транспорта във франчайзния сервизен сегмент между 2005 и 2010г.. Звучи забавно, но е вярно!

Списание „Приста“: Кой е най-важният професионален

урок, който научихте?

Павол Хаваси: Честната игра винаги се отплаща.

Списание „Приста“: Какво донесохте на Приста?

Павол Хаваси: Опит, ентузиазъм, енергия.

Списание „Приста“: Кой е първият Ви приоритет, започвайки работа в Приста?

Павол Хаваси: Да се „докосна“ до бранда и проникна на пазара. Нужно е да установим функционална дистрибуторска мрежа из целия автомобилен и промишлен сегмент, така че да сме в състояние да доставяме 500.000 литра годишно през следващите 3 години.

Prista Magazine: Какво е житейското Ви мото?

Pavol Havasi: Винаги се опитвай да запазиш спокойствие и търпение.

Prista Magazine: Благодаря Ви, Павол, желаем Ви успех!

20 години ГЕОСИМ - Варна работи неизменно с Приста ойл

*Качествени продукти и услуги
задържат клиенти и привличат нови*



Годината е 1996-а. ГЕОСИМ Варна подписва договор за партньорство с Приста ойл, който го прави дистрибутор за региона на русенската фирма, производител на моторни масла.

Едни от първите масла, които се предлагат на пазара тогава, са масово търсените и масово произвежданите - M10 D. С развитието на автомобилостроенето, на икономиката в страната, се променя и търсенето на пазара. Приста ойл своевременно и адекватно реагира на тези про-

мени, като предлага продукти, съответстващи на интереса на клиентите и на крайните потребители.

Отношенията на ГЕОСИМ с Приста ойл минават през различни етапи, следвайки най-вече пазарната конюнктура в страната и в региона. Началото поставят Георги Георгиев и брат му Красимир, като заедно развиват бизнес до миналата година.

През 2015 г. ГЕОСИМ е закупена от Иван Бенев, собственик на бензиностанции Бенита. Така

фирмата успява да разшири дейността си. Важна стъпка е реновирането на складовата база. За по-гъвкаво предлагане на стоките са закупени и нови автомобили за разнос.

Увеличен е и асортиментът на предлаганите от Приста ойл най-нови продукти синтетика с марките **PRISTA** и **TEXACO**.

С промяната на собствеността управител става Георги Стойков, а Георги Георгиев заема длъжността мениджър „Продажби“.

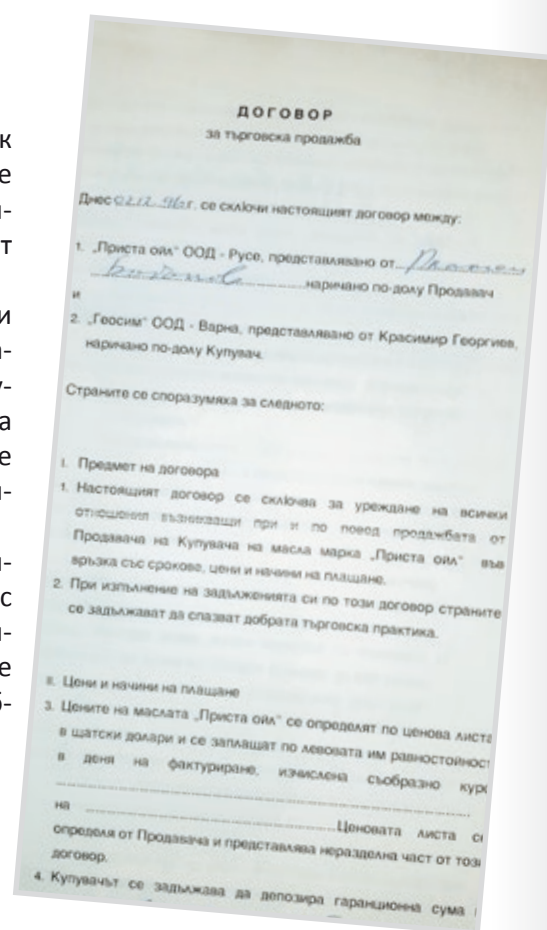
Успешният бизнес на ГЕОСИМ се крепи на две важни неща – създадено доверие у клиентите като доставчик – време и отношение, заедно с предлагане на продукти с гарантирано качество. Особено значение за ползвателите на масла и смазочно-охлаждащи течности има фактът, че става въпрос за реален производител и дистрибутор, какъвто е Приста ойл.

Складовата база на фирмата е разположена на 400 кв.м. закрыта площ, с изключително добра локация и удобство за товарно-разтоварни дейности. В нея може да се видят всички възможни разфасовки на маслата **PRISTA** и **TEXACO**.

Подмяната на автопарка в национален план налага консумацията и търсенето на по-висок клас масла – 5W40. Клиентите все по-често се насочват към смазочни продукти, които гарантират пробег от 50 000 км. и нагоре.

Сред по-значимите клиенти на ГЕОСИМ са летищата във Варна и в Бургас. Те ползват продукти на Приста ойл за наземната транспортна техника. Планекс е добре позната и голяма строителна фирма в региона.

Агрополихим е клиент, който консумира моторни масла с марката **PRISTA** и хидравлични Техасо. Достоен за отбелязване клиент е и мина Евроманган – Оборище.





Индустриални масла



Почти във всяка индустриална система (хидравлична инсталация, турбини, редуктори, компресори и др.) използваната течност е от особено важно, дори решаващо значение, но е и елемент, който много често се забравя, недооценява. Тъй като функциите на една индустриална течност са твърде основни, те много често се приемат като даденост. Много съвременни системи са сложни. Неприемливи са високите разходи по техническо обслужване и поддръжка. Спирането на една производствена линия поради неизправност обикновено повлиява и върху всички останали и може да доведе до спирането им. Развитието на автоматизираното оборудване, стремежът към устройства, намаляващи разхода на труд, системите за дистанционно управление, поточните линии, а също и необходимостта от компактен и акуратно контролиран задвижващ източник, съвместно допринесоха за популяризиране-

то на различните типове индустриални течности.

Всички тези фактори налагат използването на все по-добри и по-добри индустриални масла. В групата индустриални масла попадат - хидравлични, редукторни, компресорни, турбинни масла, топлоносители и др. Качествата на индустриалните масла варират в много широки граници, по отношение на свойствата, които са отражение на качеството на маслото: стабилност на окисление, защита от ръжда и корозия, слабо пенообразуване и др.

Индустриалните системи (инсталация), от гледна точка на дизайн и конструкция биха могли да са перфектни, но ако течността е или още в самото начало неправилно подбрана, или впоследствие е неправилно поддържана, работата на съоръжението ще е неудовлетворителна, а резултатът би могъл да е и авария. Изборът на правилната течност и поддържането ѝ в до-

бро работно състояние са точно толкова определящи, колкото са и стабилната, без отклонения и вариация, и ефективна работа за самата система при избора ѝ.

Най-общо индустриалните течности имат предназначение да осигуряват смазване между подвижните детайли, да осигурят адекватно уплътнение с цел намаляване на триенето и износването. Течността трябва да предпазва детайлите на компонентите от окисление и корозия и да отвежда генерираната топлина от системата.

Днес на пазара се предлагат няколко типа индустриални течности:

- 🔥 на нефтена основа
- 🔥 синтетични
- 🔥 негорими течности
- 🔥 екологично-съобразени

течности

Течностите на нефтена основа са безусловно най-преобладаващата част от индустриалните масла и са най-основният и предпочитан избор. Те са най-раз-

пространени и най-популярни, както сред конструкторите на съоръжения, така и сред производителите на масла. Индустриалните масла на нефтена основа се произвеждат основно от Група I базови масла, а през последните години все по-често и Група II базови масла (класификация на API), и присадки, които допълват и подсилват някои от свойствата на маслата, според конкретното приложение.

Маслата от I –ва група са известни още като конвенционални минерални масла. За производството им се използва така наречената традиционна схема, включваща няколко процеса: атмосферна дестилация; вакуум дестилация; деасфалтизация; очистка със селективен разтворител; депарафинизация и хидродоочистка. Качеството на базовите масла, получени по тази схема, зависят преди всичко от характера на преработвания нефт и много често не удовлетворяват завишените изисквания на производителите на модерни индустриални съоръжения.

По-подходящи за индустриални масла с премиЙно качество са базови масла от II-ра група. За производството им, наред с традиционните процеси, се използва още един процес, известен като хидрокрекинг. При този процес маслените фракции се обработват с водород при висока температура и високо налягане. В резултат на това протичат химически промени в структурата на преработваната суровина, като почти цялото количество серни и азотни съединения се отстраняват, полицикличните въглеводороди преминават в нафенови, а нафеновите – в парафинови.

Тази схема на преработка дава възможност да се произвеждат базови масла от всеки вид нефт, като тяхното качество съответства на качеството на маслата, получени по традиционната схема от най-добрите видове нефт.

Индустриалните масла, произведени от втора група базови масла, са с по-дълъг процес на експлоатация, по-стабилни и устойчиви и през последните го-

дини предпочитани.

СИНТЕТИЧНИ МАСЛА

В тази категория попадат маслата, произведени от поли-алфаолефини, естери и диестери на различни киселини: фосфорна, силициева, различни органични киселини.

Тези масла се отличават с висок вискозитетен индекс, пълно отсъствие на серни и азотни съединения, ниска изпаряемост, много добри нискотемпературни свойства (ниска температура на течливост, нисък вискозитет и много добра течливост при ниски температури), отлична термична и окислителна стабилност.

Благодарение на тези свойства, индустриалните масла, произведени с базови масла от IV-та група дават възможност за значително удължаване срока за тяхната смяна. Основен “недостатък” на тези масла е по-високата им цена.

следва продължение ...



Три неща, които трябва да направите, за да овладеете персонализирането на електронната поща

От: Мишел Маркелц
Маркетингови Новини



Тъй като потребителите стигнаха до там да очакват редовна комуникация от страна на брандовете, те търсят информиране, а не промотиране. Експертите поставят тежестта върху това как да персонализирате електронната поща, за да сте сигурни, че Вашето съобщение ще бъде чуто.

Електронната поща е водещият рекламен канал за възвръщаемост на инвестицията, според VentureBeat. Това са добри новини за маркетингозите, тъй като електронната поща е относително нискобюджетен начин за достигане до големи аудитории, но платформата няма да може да се изпълнява без персонализиране.

По дефиниция, персонализирането може да бъде толкова просто, колкото директното адресиране до реципиент по име, но експертите казват, че тази так-

тика създава безразличие сред реципиентите на маркетинга по електронна поща и може лесно да се превърне в проблематична, ако данните от неговия източник не са чисти (напр. попълване на онлайн формуляр с фалшиво име или всичко с малки букви).

Експертите са съгласни, че на сегашната и следващата маркетингова арена на електронните съобщения, нагледните данни и средства, усъвършенстваната автоматизация и подбор по свой вкус в реално време, са необходимо и задължително условие.

Често потребителите са давали в ръцете на маркетингозите информацията, която им е нужна, за да получат онова, от което се нуждаят. Маркетингозите трябва да преценят нейното преимущество. Ето трите начина, как се прави това.

1. Вкоренете се в данните.

“За всеки вид персонализиране, най-същественият компонент са данните на Вашите абонати,” казва Кейт Сибсън, Вицепрезидент „Продукти и маркетинг“ за доставчика на имейл

обслужване PostUp. Преимуществото на цялата традиционна информация, която маркетинговете използват, за да сегментират аудиторията, може да бъде отнесена за персонализирането на електронната поща, а тези данни и тяхното приложение попадат в спектър от комплексност. Базовото целево насочване по пол, местонахождение и възраст са важни, но използвани изолирано, те могат да бъдат проблематични. Ейприл Мюлен, Старши маркетингов стратег в Selligent, доставчик на маркетингова автоматизация, предлага личен пример, когато се обърка персонализирането на електронната поща. „Някъде по пътя, даден маркетингов модел показва, че поради моето настоящо състояние, това трябва да означава, че съм на път да стана майка,” казва 30 и няколко годишната съпруга от Средния запад. „Получавам толкова много електронни съобщения за бебета. ‘Време е да купите бебешка количка или седалка за колата.’ Това е толкова далеч от настоящата ми реалност.” Фалшивото предположение може да накара потребителя да изключи продукт или бранд, казва Мюлен.

Ефективното персонализиране се уповава не само на демографското сегментиране, но и на поведенческите данни и поведението компании се движат по посока на тази практика, казва Лорен МакДоналд, Вицепрезидент

на Индустриални връзки към цифровия маркетингов доставчик Silverpop. „Не става въпрос да се подбира съдържанието по свой вкус. Става въпрос за задействие с един единствен имейл до едно единствено лице в един определен момент от време”, казва той. „Ние не изпращаме някакво съобщение подбрано по свой вкус и да стискаме палци, че те ще го намерят за релевантно на база това, което са. Именно тяхното поведение, което те са предприели е това, което е задало съобщението, предвидено конкретно в отговор към това лице.”

При пазаруване, отказването от „Моята количка” би могло да бъде индикация за липса на проследяване, или факта, че този потребител има нужда да преспи, преди да вземе решение за покупката си. При всеки един от сценариите е необходимо инфраструктурата да подкрепя събирането и претеглянето на тези поведенчески данни, така че отговорът да бъде навременен. МакДоналд признава, че обединяването на потребителските данни — било то от онлайн формулярите, CRM данни, уебсайт взаимодействия или хост от други източници — е единственото най-голямо предизвикателство към маркетинговите екипи. „Преди няколко години [360-градусов изглед на потребителя] беше мечта ..., но да се конкурираш сега, това наистина

на се превръща в ‘Трябва да го имам’” казва той, и „Ако можете да получите всички данни, които са Ви нужни, тогава въпросът е дали можете да синхронизирате това с електронната поща в реално или почти реално време? ... В по-стари времена, много от нещата се извършваха с обратен процес. На всеки 24 часа всички данни се хващаха и изпращаха. ... Оказа се, че това вече не е достатъчно добро.”

2. Автоматизиране за мащаб.

Дали сте маркетингов отбор от един или пълно-функционален отдел, ефективният маркетинг с електронната поща се уповава на автоматизацията. Разходите за отговор на ръка на потребителски сигнали (като напр. изоставена „Моята количка” или рождени дни) са пропусната възможност. Във времето се налага ръчно да се идентифицират правилните таргети, за промоция за рожден ден или напомняне за регистриране за конференция, подобни предполагаеми разговори помагат да се продължи нататък.

Автоматизацията позволява на маркетинговете да отговарят с контекст, което е съществен елемент за поддържането на релевантност, казва Алисън Линдланд, Старши директор към Маркетинговата платформа за електронна поща Movable Ink. „Контекстът е огромен опреде-



лящ фактор за готовността и възможността за покупка или приемане на действие”, казва тя. “Времето на деня, местоположението, устройството, което използвате — това се проявява като неща, които не са в правомощията на маркетолозите, но ... [инструментите за автоматизация могат да помагат на маркетолозите] подразбират около 32 елемента от контекста и използват това като логика.”

Selligent’s Mullen вижда по-големите бюджети за СМО като фронт за увеличаване на техните възможности за данни, а това е една добра тенденция. “Електронните съобщения отново се превърнаха в работен кон за маркетинговите комуникации,” казва тя. “Ние виждаме най-добро сцепление, когато инвестицията се прави в екосистемата от данни, която може да

предостави автоматизация за маркетинговата пирамида.”

3. Присъствие на човешкия фактор в бранда.

Електронната поща постепенно се превърна в бизнес канал за комуникация, тъй като личните разговори преминаха към текстови приложения, казват експертите. Но само защото темата е бизнес, не трябва и тонът да бъде такъв. Брандовете могат да очароват своите клиенти чрез присъствието на човешки фактор в своите електронни съобщения, с прости щрихи. “Ние сме фокусирани върху човека, тъй като този потребител просперира,” казва МакДоналд, “но какво ще каже за Вас, бранда? Как можете да му внесете живот?”

Той акцентира върху електронното съобщение от световна авиокомпания, което се изпра-

ща до пасажерите на ограничен брой полети от Великобритания за САЩ. Два дни преди полета, клиентите получават известие от Главния стюард на полета относно пътуването, включително препоръки за ресторанта, прогноза за времето и интересни местни забележителности. “Говорим за цялата тази технология, но в крайна сметка електронната поща работи най-добре, когато е към всеки поотделно,” казва МакДоналд. “Макар повечето хора да разбират технологията зад това съобщение, пасажерите все така биха си отпечатали имейла и поговорили със служителите за него по време на полета.”

Потенциалът е висок и растящ за маркетолозите за увеличаване на капитала чрез маркетинг с електронни съобщения, като персонализиран, директен канал за комуникация. За да играете в тази игра има известна доза лична заинтересованост и участие, но възвращаемостта ще се разкрие, когато потребителите започнат да гледат на Вашите кампании не като спам, а като специална доставка.





Fuel economy products that can help reduce your running costs



Fuel savings ahead



A Chevron company product © 2015 Chevron Products UK Limited. All rights reserved. All trademarks are the property of Chevron Intellectual Property LLC

Ursa
Let's go further.™



Maximising fuel economy is an important component of improving operational efficiency. Our range of fuel economy oils, coolants and fuel system cleaner can work together to reduce friction and increase performance. Using Ursa products with ISOSYN Technology can also help provide extended service protection and are designed to provide maximum engine durability and minimise operating costs. Visit texacofueleconomy.com to find out more and try our exclusive new Ursa Fuel Economy Calculator to learn how much your business could save on fuel costs.

Tel: + 359 2 9620110 Email: office@prista-oil.bg
Chevron Products UK Limited, 1 Westferry Circus, London, E14 4HA, UK



НАЦИОНАЛНА КОМПАНИЯ ЗА СЪБИРАНЕ И ОПОЛЗОТВОРЯВАНЕ НА ОТРАБОТЕНИ МАСЛА•ООД



„Национална компания за събиране и оползотворяване на отработени масла“ ООД /НКООМ/ 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 нефтопродукти, 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. „Верил 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