



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013

www.eufunds.bg



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Медиен мониторинг

06 юли 2013

Документът е изготвен съгласно договор за възлагане на обособена позиция № 2 „Извършване на медиен мониторинг и изработване и предоставяне на контент анализ на публикациите и излъчванията в печатните и електронни медии по теми, свързани с ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013" от обществена поръчка с предмет: „Социологически проучвания за изпълнение, мониторинг и оценка на Комуникационния план на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007 – 2013”

ЕСТАТ ООД, С ПОДИЗПЪЛНИТЕЛ МЕДИЯЗУУМ ООД



Медиен мониторинг

06 юли 2013

Съдържание

Медиен мониторинг – обобщение	4
Телевизии и радиостанции	5
Няма намерена информация.....	5
Национални печатни медии	6
Източник: в. ComputerWorld	6
Заглавие: CBN: 69 ERP интегратора работят в 50 вертикални индустриални сегмента.....	6
Източник: в. ComputerWorld	7
Заглавие: Софтуерният бранш очаква добра втора половина на 2013 г.	7
Източник: в. Банкер.....	11
Заглавие: Медийните дарове на ГЕРБ	11
Източник: в. Банкер.....	14
Заглавие: 5.7% от разходите за реклама идват от банките	14
Източник: в. Капитал.....	16
Заглавие: Направи ме известен	16
Източник: ComputerWorld, Топ 100	19
Заглавие: Категоричен спад в приходите за 2012 г. в софтуерния бранш	19
Източник: ComputerWorld, Топ 100	22
Заглавие: Развойните приходи са нараснали през 2012 г.	22
Източник: ComputerWorld, Топ 100	25
Заглавие: С 30% са намалели приходите от продажби на готов софтуер през 2012 г.	25
Регионални печатни медии.....	27
Източник: в. Добруджанска трибуна, Добрич	27
Заглавие: Над 66 милиона лева раздала властта на медии по оперативни програми	27
Източник: Форум Север, Русе.....	29
Заглавие: ОИЦ в Разград изпреварва по активност дори софийския	29
Източник: Троянски глас.....	30
Заглавие: Възможности за технологична модернизация в предприятията	30
Периодични печатни издания.....	31
Няма намерена информация.....	31

Интернет издания и блогове.....	32
Източник: www.expert.bg	32
Заглавие: Орешарски: Малкият и среден бизнес трябва да бъде по-добре защитен	32
Източник: www.novini.dir.bg	34
Заглавие: Младежката заетост във фокуса на информационна среща в Русе.....	34
Източник: www.dariknews.bg	35
Заглавие: Младежката заетост във фокуса на информационна среща в Русе.....	35
Източник: www.computerworld.bg	36
Заглавие: CBN: 69 ERP интегратора работят в 50 вертикални индустриални сегмента.....	36
Източник: www.burgasinfo.com	37
Заглавие: Първите си плочки продадох в село Рудник	37
Източник: www.24chasa.bg	39
Заглавие: Драгомир Стойнев: Енергетиката е като стая с барут, в която човек държи запалка	39

Медиен мониторинг – обобщение

06.07.2013 г.

Вид медия	Брой материали
Общо за електронните медии, от които:	0
• телевизии	0
• радиостанции	0
Общо за печатните и интернет базираните медии, от които:	17
• вестници, от които:	11
- национални	8
- регионални	3
• периодични издания	0
• интернет издания и блогове	6
Общо за деня	17

Телевизии и радиостанции

Няма намерена информация.

Национални печатни медии

Дата: 06.07.2013

Източник: в. ComputerWorld

Страница: 2

Брой думи: 197

Резюме: Успешни ERP проекти са изпълнени в компании от 50 вертикални индустриални сегмента, базирани в 106 населени места в България. Това показват резултатите от XIX поредно годишно национално проучване "ERP пазарът в България: 1996 - 2013 (прогнози)" на агенцията CBN - Pannoff, Stoytcheff & Co.

Заглавие: CBN: 69 ERP интегратора работят в 50 вертикални индустриални сегмента

Подзаглавие: У нас най-многобройни са интеграторите, предлагащи ERP системи на Microsoft, Oracle и SAP

Автор:

Текст: Успешни ERP проекти са изпълнени в компании от 50 вертикални индустриални сегмента, базирани в 106 населени места в България. Това показват резултатите от XIX поредно годишно национално проучване "ERP пазарът в България: 1996 - 2013 (прогнози)" на агенцията CBN - Pannoff, Stoytcheff & Co.

Проучването показва, че към средата на 2013 г. у нас има 69 системни интегратора, които предлагат услуги по внедряване

на ERP системи на общо 27 международни и български доставчика. Най-многобройни са интеграторите, предлагащи ERP системи на Microsoft, Oracle и SAP.

"Ясно се вижда, че в някои вертикални индустриални сегмент д започват да се очертават интегратори-лидери по брой на реализирани успешни проекти с пазарен дял до над 20-25%

- коментират от CBN в блога си. - Това осигурява известно предимство

на следващите клиенти, които могат да използват опита, натрупан с годините и успешните проекти."

Аналогично е положението и при вендорите, според агенцията. "Определени вертикални решения на някои водещи вендори дори достигат до 45-50% пазарен дял от успешните ERP проекти", пише в блога.

В CBN смятат, че тази и миналата година пазарът на ERP у нас е бил положително повлиян от процедурата за безвъзмездна финансова помощ по *Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" (ОПРКБИ)*.

Дата: 06.07.2013

Източник: в. ComputerWorld

Страница: 3,4

Брой думи: 2044

Резюме: Много компании за развой и продажба на софтуер и за системна интеграция в България имат положителни очаквания за втората половина на 2013 г., въпреки неспокойната и непредвидима политическа обстановка у нас и в други страни и продължаващите последици от глобалната икономическа криза. Позитивизмът обаче идва и на фона на ръстовете на общите приходи от софтуерен развой и от системна интеграция у нас през 2012 г., както може да се види в секторните класации в тазгодишното издание на "ИКТ Топ 100" на Computerworld Bulgaria. Постъпленията от разработка на софтуер в България през 2012 г. отбелязаха оздравителен годишен

Заглавие: Софтуерният бранш очаква добра втора половина на 2013 г.

Подзаглавие:

Автор: Тихомир ИВАНОВ

Текст: Много компании за развой и продажба на софтуер и за системна интеграция в България имат положителни очаквания за втората половина на 2013 г., въпреки неспокойната и непредвидима политическа обстановка у нас и в други страни и продължаващите последици от глобалната икономическа криза. Позитивизмът обаче идва и на фона на ръстовете на общите приходи от софтуерен развой и от системна интеграция у нас през 2012 г., както може да се види в секторните класации в тазгодишното издание на "ИКТ Топ 100" на Computerworld Bulgaria. Постъпленията от разработка на софтуер в България през 2012 г. отбелязаха оздравителен годишен

ръст от 11% до общо 74,7 млн. лв., ако съдим по съпоставката на 20 фирми, подали финансови данни за миналата и по-миналата година. Същевременно общите приходи от системна интеграция нараснаха с 4,9%, според сравнението на 34 компании, подали данни за 2012 и 2011 г. Единствено постъпленията от продажби на готов софтуер се сринаха с около 30% на годишна база.

Така, уповавайки се на инерцията от миналата година и от първата половина на тази година, както и от възможностите за развитие не само у нас, но и в чужбина, много компании гледат напред с оптимизъм и очакват както по-добър бизнес, така и да продължат да развиват и дори да разрастват екипите си,

Stanga например наскоро отвори нов търговски офис в Ню Йорк във връзка с промяна в пазарната стратегия на компанията, която е в ход от началото на миналата година. "Разполагаме с капацитет от над 250 квалифицирани професионалисти и специфично ноу-хау, които ни превръщат в първокласен партньор на клиенти от северноамериканските пазари. Ето защо през тази година планираме да инвестираме целенасочено в привличането на нови клиенти от тази част на света - заяви Васил Генов, генерален мениджър на Stanga. - Едновременно с това и занапред ще развиваме и надграждаме устойчивите си търговски взаимоотношения с дългогодишните клиенти на компанията. Предвиждаме увеличение на персонала и приходите си от продажби в размер на поне 5% спрямо същия период през 2012 г. Това е свързано и с очакванията ни развойният ни център в Ниш да започне да работи на пълни обороти."

Същевременно от началото на годината Stanga и Comverse развиват нов съвместен екип като част от партньорството си. Той ще отговаря за поддръжката на система за фактуриране на операции по платени и предплатени телекомуникационни услуги по проекти в Израел, Узбекистан, Русия, Южна Африка и редица европейски държави. С тази дейност вече се занимават 15 специалисти. На 13 кши т.г. водещата в производството на софтуерни решения за телекомуникационния сектор международна компания Comverse съобщи, че открива нов експертен и развоен център в България, в който ще работят стотици висококвалифицирани български ИТ специалисти.

"Многообещаващо стартира и съвместният ни проект с компанията Dalet по разработка и тестване на софтуерни решения за медийната и развлекателната индустрия. В тази връзка сформираме нов екип от програмисти с Java и C++ и тестери. Планираме да работим и по изграждането на по-сOLIDни основи в бизнеса си с нашите израелски партньори от TEOCO", сподели Васил Генов.

Екипът си ще разраства и Infragistics Bulgaria, по сочи управителят на местния клон на компанията Лъбомир Чолаков. Разрастването ще е в различни области - .Net и JavaScript, поддръжка, дизайн на взаимодействието и софтуерно тестване.

Experian Bulgaria също има позитивни очаквания и сред приоритетите ѝ за второто шестмесечие е успешната реализация на няколко големи регионални софтуерни сделки, сподели оперативният мениджър Мая Миланова. Компанията е фокусирана върху увеличаването на броя на клиентите си у нас и върху разширяването на дейностите си, най-вече в областите развой на продукти и предоставяне на технически и бизнес услуги върху тези продукти, фирмата работи и върху осъществяването на нови успешни внедрявания за локални компании, както и

за още по-активното участие на българските екипи в разработката, въвеждането и поддръжката на решения, част от международни задачи и проекти.

"Ще продължим да участваме активно и в ИТ живота в България и да работим за подобряването на ИКТ средата у нас като подпомагаме професионални форуми, събития и конференции, които ще спомогнат за развитието на индустрията", добави Мая Миланова.

В Balkan Services също ще работят за развитие на екипа и за по-добри бизнес резултати.

"Успоредно с проектите, по които работим, през следващите месеци ще залагаме по-сериозно на обучението и повишаването на квалификацията на служителите ни. Убедени сме, че при очакванията за възходящ тренд на пазара на бизнес софтуер през следващите години, това ще бъде от ключово значение за позиционирането ни като един от лидерите в този сегмент и ще ни позволи да реализираме проекти по-бързо и ефективно, отговаряйки по-добре на нарастващите изисквания на клиентите", заяви Владимир Рашев, управляващ партньор в компанията.

Очакванията на ERP. BG за втората половина на 2013 г. също са много положителни, сподели Димитър Димитров, специалист "Продажи на ERP решения". Позитивизмът се дължи главно на факта, че фирмата работи активно по над 15 проекта и повечето ѝ потенциални клиенти разчитат на собствено финансиране за внедряване на система за управление на бизнеса, а не на еврофондове.

Управителят на Varna Business Services Даниела Великова също се похвали с нови проекти.

"През текущата година VBS спечели доверието на осем нови компании, като плановете за повечето от тях са цялостно внедряване на SAP ERP Baseline в кратки срокове или поддръжката на вече съществуваща система", каза тя. Вече писахме в предишни броеве за част от тези проекти, някои от които са финансирани по *Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" (ОПРКБИ)*.

Еврофинансирането за информационни технологии и иновации си остава много важен фактор за множество ИТ проекти на нашия пазар, отбеляза Александър Меродийски, ръководител "Маркетинг и връзки с обществеността" в CAD R&D Centre Progress (ЦАПК "Прогрес"). Друг ключов фактор е стабилната политическа и икономическа конъюнктура и от ефективното усвояване на еврофондовете. Компанията се надява на растеж през второто полугодие, като той ще зависи както от тези два елемента, така и от продължаването на доброто партньорство с Microsoft и Dell и за реализиране на проекти, базирани на техни решения и технологии, обясни Александър Меродийски,

Според Цветан Алексиев, изпълнителен директор на Sirma Group Holding, "в сегмента B2G приетата дългосрочна стратегия за развитие и внедряване на електронно управление би следвало да се превърне в първостепенен приоритет на новото правителство, което ще предостави на водещите ИТ компании в България възможността да разширят обхвата на разработваните и предлагани електронни услуги за бизнеса и населението",

В Kontrax - компания, която е традиционен участник в големи ИТ проекти в публичния сектор - се надяват на "активно и ефективно" участие "в предстоящите по-мощни ИКТ проекти в България", заяви управителят Йордан Йорданов. В момента фирмата работи усилено по голям проект в публичния сектор, но в Монголия, където е сключила договор с Министерството на транспорта за изграждане на единна система за регистрация и наблюдение на транспортни средства в страната.

Компанията също така цели да "затвърди репутацията си и дълго отстоявана позиция - 21 години без незавършен проект, да запази силата на екипа си и да продължи да развива собствените си решения", каза още Йордан Йорданов.

По-големи проекти в чужбина традиционно работят и Nemetschek Bulgaria и InterConsult Bulgaria.

Плановете на Nemetschek Bulgaria до края на годината включват изграждане на два нови екипа за разработка на софтуер за нови клиенти от Германия, както и представяне на поне два нови софтуерни продукта на пазарите на Югоизточна Европа, сподели управителят на

компанията Георги Брашнаров. "Друга инициатива, която предстои да бъде развита, е позиционирането на продуктовото портфолио на нашия партньор Atlassian (JIRA, JIRA Agile, Confluence), заедно със съответните семинари, обучения и консултации", добави той, InterConsult Bulgaria, където също са оптимисти за бизнеса си и очакват по-добри резултати през второто тримесечие на 2013 г., планира развитие в насока "зелени" технологии и решения за "зелената" индустрия, което в момента е гореща тема в Европа, и активно развива мобилни решения за клиентите си, тъй като това в момента е приоритет в голяма част от проектите, обясни управителят на фирмата Стоян Боев.

И Йото Райчев, директор "Бизнес развитие" в Methodia, смята, че тази година пазарът ще продължи да се развива, особено в посока предоставяне на системи и решения като услуга, защото ги прави както по-достъпни, така и по-технологично конкурентни. "Нашите планове са да продължаваме експоненциалното си развитие, като портфолиото ни от проекти и решения ще се разшири значително, както и ще развиваме кадри", каза той.

Плановите на Seeburger Informatik за тази година пък са за поне 20% растеж, посочи управителят Христо Телятинов. За целта компанията полага значителни усилия за привличането и обучението на необходимите кадри, които да могат да поемат и реализират новите проекти. "Естествено търсим и ИТ експерти с опит, но също така отделяме значително внимание върху практикантски програми. В тази връзка създадохме Зеебургер академия, в която млади и неопитни студенти ще имат възможност да получат основни теоретични знания на база лекции от експерти в областта, да натрупат опит и да работят по реални проекти", заяви той.

За ръст в бизнеса и в персонала говори и Пламен Цеков, изпълнителен директор на ScaleFocus. Заедно с това фирмата увеличава и предлаганите услуги в портфолиото си и обръща внимание на нови пазари, особено на изток от България. Компанията, която се е насочила към индустрии, като телекомуникации, финанси и логистика, вижда голям потенциал в областта на услугите, включващи интеграционни решения, технологии за сигурност, анализ на информацията и прогнозни анализи.

Stone Computers пък ще се съсредоточи върху нови системи, проектирани специално за частни облаци, върху разработването на цялостни концепции за клиентите си и върху проектите по управление на бизнес процеси (BPM), сподели изпълнителният директор Александър Аврамов. За технологичен фокус говорят и от Sirma Group Holding. Компанията ще продължи да работи по разработването и внедряването на решения в сферите на B2B, B2C и B2S е-търговията, електронното управление, финансовите информационни системи, мобилните приложения и разплащания, телекомуникациите, е-образованието, публикуването на е-съдържание, семантичните технологии и CAD/CAM софтуера за проектиране на опаковки и прецизни детайли.

Цветан Алексиев коментира, че ИКТ разходите в B2B сегмента ще продължават да отбелязват ръст, катализиран от натиска върху компаниите да се обърнат към въвеждането на иновативни и високоефективни решения, осигуряващи им конкурентно предимство в динамично променящата се глобална икономика.

Изпълнителният директор на Mnemonica Вихрен Славчев адресира няколко конкретни тенденции, според които ще се развива бизнесът на компанията занапред през годината. "С нарастването на обема от данни глобално се увеличава и нуждата от по-големи хранилища на информация. Mnemonica ще предоставя както системи за съхранение, така и услуги по съхранение.

Увеличават се изискванията за сигурност и достъпност на данните - ще се внедряват много нови хардуерни и софтуерни системи за сигурност. Развитие в областта на системите за сигурност на информацията.

Ще се увеличава делът на изнесените и облачни услуги, Mnemonica ще се развива като доставчик на такива услуги", обясни той.

Lirex.BG също ще продължи развитието си в сферата на информационната сигурност и на ИТ услугите. "ИТ услугите ще разширят мястото си в нашето портфолио, виртуализацията също", посочи Ангел Иванов, мениджър "Бизнес развитие" в компанията.

Global Consulting пък

ще продължи да развива традиционния си фокус върху управлението на данни и тясното си партньорство с Informatica, която предлага решения в тази сфера. От май тази година компанията има и един нов партньор - SAS, - който предлага софтуер за бизнес анализи (BI). "Те имат редица актуални продукти, предназначени за финансовия сектор, каквито са управление на риска, превенция от измами, финансово разузнаване и сигурност. Така ще затворим цикъла от процеси, свързани с интеграцията и управление на данните и чисто

аналитичните дейности, отчетности и справки, които дават на мениджърския състав представа за тенденциите на развитие и планиране на бизнеса", обясни управителят на Global Consulting Димитър Джендов. Той добави, че компанията ще се старее и да поддържа екип от обучени и сертифицирани експерти, които да оказват консултантска помощ на всеки етап от проектите.

Развойният център на Software AG у нас - Software AG Development Centre Bulgaria, пък ще развива R&D екипите и процесите си така, че да намали значително времето за разработка на софтуер и да се ускори ритъмът за предоставяне на нови версии на клиентите на компанията, обясни управляващият директор на звеното Бисер Иванов.

Също така, в глобален мащаб Software AG има план за закупуване и интегриране на компании, чийто бизнес допълва и разширява портфолиото ѝ. Друг важен момент за компанията тази година ще е провеждането на ежегодното ѝ събитие Innovation World в края на есента.

Българската компания AS Systems пък планира тази година да предложи на българския пазар нова, изцяло уеб-базирана версия на основния си продукт Atlas ERP, наречена Web Atlas ERP, което "предлага предимството на натрупаното ноу хау от различни бизнес сфери и гъвкавостта и адаптивността на новите технологии", заяви Боряна Томова, директор "Маркетинг" във фирмата.

Дата: 06.07.2013
Източник: в. Банкер
Страница: 1,31
Брой думи: 1886

Резюме: Схемата за купуване на медиен комфорт с европари, работеща безотказно при управлението на ГЕРБ, най-сетне бе разбулена напълно. Това стана, след като кабинетът "Орешарски" публикува на интернет страницата си пълен списък на всички медии и други фирми, които са получили пари по комуникационните стратегии на седемте оперативни програми и тази за развитие на селските райони. Той обхваща периода от 2007-а до 22 май тази година. Решението за осветляването на тази обвита до неотдавна в гъста мъгла информация е било взето по предложение на вицепремиера и министър на правосъдието Зинаида Златанова.

Заглавие: Медийните дарове на ГЕРБ

Подзаглавие: Не 66, а близо 72 милиона са раздадените през последните шест години пари

Автор: Ивайло СТАНЧЕВ

Текст: Схемата за купуване на медиен комфорт с европари, работеща безотказно при управлението на ГЕРБ, най-сетне бе разбулена напълно. Това стана, след като кабинетът "Орешарски" публикува на интернет страницата си пълен списък на всички медии и други фирми, които са получили пари по комуникационните стратегии на седемте оперативни програми и тази за развитие на селските райони. Той обхваща периода от 2007-а до 22 май тази година. Решението за осветляването на тази обвита до неотдавна в гъста мъгла информация е било взето по предложение на вицепремиера и министър на правосъдието Зинаида Златанова.

Истината е, че заради свития до крайност през последните години рекламен пазар държавата тихомълком се превърна в един от най-големите и значими играчи на него. Има медии, чиито банкови сметки се попълват основно от договори с държавните ведомства, други са по-малко зависими, но със сигурност европейските милиони светят в очите на всички. Разбира се, има и такива, за които няма място в "държавната ясла", тъй като за прозрачност в разпределянето на въпросните пари и дума не може да става. Това е и причината досега почти никой да не се осмеляваше да говори за тях, нито да каже как и защо ги е спечелил. Тези пък, които все пак го правеха, изваждаха наяве само откъслечни факти, с които не целяха да информират обществото за порочните практики, а просто се опитваха да притиснат управляващите за по-голямо парче от баницата. Ето защо не е странно, че сегашният списък с платените от министерствата суми никак не е по вкуса на медиите. Освен с начина на отразяването му това ясно си пролича и от липсата на всякаква сериозност и отговорност при разглеждане. Всички сайтове, вестници и телевизии като папагали повториха данните от "изсипаните" им таблици, без дори да направят елементарна справка дали числата наистина са верни. Така се стигна до угодното им внушение, че общата сума по сключените до 22 май договори за реклама е 66 млн. лева. А в действителност стойността на всички контракти е точно 71 426 722 лева

Необходими са познания по математика от втори клас, за да се стигне до тази сума, само че на никого не му се смята.

Както се казва обаче, това са бели кахъри. Далеч по-важно е да се види в чии джобове са отишли милионите. Но и по този въпрос - къде случайно, къде не, се появи разнородна, объркваща и в някои случаи дори грешна информация. Да не говорим, че бяха цитирани основно имена на телевизии и радиа, без да се обърща внимание на десетките други фирми, които в действителност са получили две трети от парите.

Категорично най-облагодетелствана от министерския рог на изобилието е била "Нова Броудкастинг Груп" АД - собственик на "Нова телевизия" и каналите от групата. До края на май тази година компанията е получила общо 5 824 081 лв. по 18 различни договора. Най-апетитният единичен контракт е за малко над един милион лева и има за цел предоставяне на програмно време за излъчване на информационни материали за популяризиране на програмата "Развитие на човешките ресурси". Иначе най-много са получените пари от Министерството на земеделието и храните за излъчване на специализирани рубрики и клипове на Програмата за развитие на селските райони. Става дума за общо 2.4 млн. лева. За популяризиране на програмата "Околна среда" "Нова Броудкастинг Груп" е взела малко над 1.2 млн. лв., като 719 хил. лв. от тях са платени през 2013-а. Останалите средства идват съответно

от транспортното министерство (420 хил. лв.), от регионалното (468 хил. лв.) и от икономическото (240 хил. лв.).

Следващата по големина порция от държавната софра е за "БТВ Медиа Груп" ЕАД - 4 853 267 лева. В този случай най-големият единичен договор също е за промотиране на програмата "Развитие на човешките ресурси", като стойността му е 1 079 976 лева. Но предвид екоактивността на bTV не бива да ни учудва, че телевизията е работила най-тясно с Министерството на околната среда и водите. По четири договора с него от 2011-а и 2012 г. тя е получила 1.79 млн. лева. Други 1.66 милиона са осигурени с подписа на бившия земеделски министър Мирослав Найденов.

По-внимателно преглеждане на списъка показва, че "БТВ Медиа Груп" е взела и още 855 713 лв. чрез фирмата си "Радиокомпания Си.Джей" ООД, оперираща bTV радио. По-голямата част от тях отново са за реклама на екопрограмата. Още 996 хил. лв. по програма "Транспорт" е спечелило "Медия дайрекшън" ЕООД на София Пенева, която участва и в управлението на сдружението "Българска асоциация на комуникационните агенции" заедно с Красимир Гергов.

На трето място в своеобразната класация на най-ухажваните от властта медии се нарежда "Дарик радио" АД с неговите 4 245 506 лева. Те са получени по 17 договора за популяризиране на всички европрограми. Общественият БНТ и БНР са далеч по-назад, съответно с 2 381 523 лв. и 1 897 882 лева. Четвъртата национална телевизия TV7, заедно с ББТ (сега News7) може да се похвали само с 1.85 млн. лв., а информационната агенция "Фокус" - с 1.66 млн. лева.

Така стигаме до т. нар. пиар агенции, които разпределят останалите средства към вестниците, слагат билбордове, организират конференции и семинари, раздават листовки, дипляни и т.н. Най-големият играч сред тях се оказва не кой да е, а съпругата на Сергей Станишев - Моника Йосифова. Чрез фирмите си тя е успяла да вземе впечатляващите 3 150 771 лева. Само за провеждане на кампания за популяризиране на структурните инструменти на ЕС в България и осигуряването на информираност и прозрачност при усвояването на парите от оперативните програми Йосифова е получила 1 399 797 лева. Други 1 078 833 лв. идват от информационната кампания на програмата "Административен капацитет". Останалото е от производството и разпространението на рекламно-информационни материали за "Околна среда".

С над 2.28 млн. лв. приходи от държавните ведомства е и "Грейн Адвъртайзинг" ЕООД на Мартин Батков. Рекламната агенция има общо три договора, като всичките са със земеделското министерство. С приблизително същия резултат е и "Меркурий - 97" ЕООД на Розалина Николова. Макар и не чак толкова известна на пазара, тя е организираща почти всички конференции информационни кампании, срещи и други мероприятия на програмата "Регионално развитие".

С над 2 млн. лв. постъпления е и "Арчър Айдиас" АД. В края на януари 2011-а с нея бяха подписани два договора, в резултат на които редица вестници ни обясняваха как "Европа е щедра, когато земята не е". Рекламното каре се появи дори в някои "жълти" издания, които са доста далеч като тематика от българските фермери. Обяснението, което даде тогава министър Мирослав Найденов, бе, че така информацията ще достигне до максимален брой читатели. Иначе "Арчър Айдиас" се ръководи от Вихра Хаджигенчева и Даниела и Анани Явашеви. Не е за пропускане обаче фактът, че Хаджигенчева си партнира с медийния и рекламен бос Красимир Гергов във "Войс медия" и други фирми. "Арчър Айдиас" участва и в ръководеното от Гергов обединение "Ти Си Ти Ви", което спечели над 8 млн. лв. за рекламата на цифровизацията.

Не е бил пренебрегнат и бизнесменът Красен Кралев, който с фирмите си "Маг Адвъртайзинг" и "Сън аут-ъф-хоум медия" също е заработил над два милиона лева. Срещу въпросната сума политикът от "Новото време" осигури билбордове, които ни осведомяваха за съществуването на селската програма, но ефектът беше почти нулев. Нито "публиката" е по-наясно, нито усвояването на средства нарасна сериозно. Любопитна подробност е, че "МАГ адвъртайзинг" е координатор на информационната кампания на същата програма от октомври 2011-а и определя къде и за какво да се харчат рекламните милиони.

Още една близка до Красен Кралев компания фигурира в списъка - "Зенит адвъртайзинг енд комуникейшънс". Неин мажоритарен собственик е известният рекламен бос Добромир Дочев, който заедно с Кралев управлява и сдружението "Камера за визуална комуникация и защита на околната среда". "Зенит" има един рекламен договор с Министерството на регионалното развитие и благоустройството за 540 хил. лв., но дъщерното му "Зак и Ко" е спечелило още 315 хил. лв. от това ведомство.

Макар и само с един договор Обединение "Логистика и събития - ЛС" също е сред челниците. Фирмата на Ванко Иванов и Роза Тотева е взела точно 1.8 млн. лв. за осигуряване на логистика за провеждане на събития около програмата за развитие на човешките ресурси. С толкова

пари, но чрез 25 различни контракта, се отчита и "Компания за международни конгреси" ООД. Дружеството на Здравка Димитрова и Румяна Кънева е работило основно с бившия регионален министър Лилияна Павлова, тъй като 23 от договорите са подписани с нейното ведомство. Друга малко известна фирма - "Международни прояви" ООД, в която съдружници са десетина души, сред които и управителите Цветана Панкова и Боряна Коева, пък е изкарала над 1.3 млн. лв. от организиране на различни информационни събития.

Почти един милион лева е успяла да получи от държавата и Мария Капон. Това е станало чрез фирмата ѝ "Фернет България", сключила четири договора със земеделското министерство за организиране на конкурси и събори.

Сред останалите облажили се от държавната благодат са и фирми като "Аргент", "Елит Медиа България", "Идея комм", "Ламбаджиев Стандарт", "Медиа планинг груп", "Прайм Тайм", "Прима" и други.

Още договори чакат подпис

В следващите няколко седмици ще бъдат подписани още договори за популяризиране на оперативните програми и на тази за развитие на селските райони в размер на 26.3 млн. лева. Най-много пари - 12 млн. лв., ще бъдат раздадени от Министерството на земеделието и храните. Средствата ще отидат за изграждане на мрежа от информационни центрове, за популяризиране на Гаранционния фонд по селската програма, за рекламни карета, билбордове, клипове...

Малко над 5.2 млн. лв. ще даде екоминистерството, като "акцентът" ще е върху мащабната кампания за популяризиране на програмата "Околна среда" в печатните и електронните медии, за която ще отиде почти целият ресурс.

По **програмата "Конкурентоспособност"** са заложили 3.8 млн. лв., като половината от тях са за закупуване на програмно време в радиата и телевизиите.

Не са малко и средствата по програма "Транспорт" - 2.1 млн. лева. С 989 хил. лв. от тях ще се прави документален филм за строителството на големите инфраструктурни обекти.

Други 1.6 млн. лв. са предназначени за популяризиране на добрите практики по програмата "Техническа помощ", 877 хил. лв. - за провеждане на медийна кампания на "Административен капацитет", а 577 хил. лв. - за специализирани рубрики по "Регионално развитие".

Законови хватки за запазване на тайните

Радиата и телевизиите получават пари за рекламиране на еврофондовете без каквито и да е конкурси и процедури. Просто така - по лично усмотрение на министрите. За разлика от външната реклама, интернет банерите, публикациите във вестниците и отпечатването на листовки, които задължително минават по реда на Закона за обществените поръчки, електронните медии са облагодетелствани от чл.4, ал.2. Той гласи, че не са обект на обществени поръчки "придобиването, създаването, продуцирането и копродуцирането на програми от радио- и телевизионни оператори и предоставянето на програмно време". С други думи, договорите за предоставяне на програмно време са извън обхвата на норматива. Това ги прави почти секретни (освен ако някой народен представител не поиска справка или правителството не реши да ги публикува), отрязва всякаква възможност за контрол на изразходваните средства, но отваря широко поле за задкулисни договори.

Колкото до печатните издания, те взимат европейските пари през наети от ведомствата рекламни и пиар агенции, което значително усложнява схемата. За вестниците обаче има друга привилегия, която никак не е за подценяване. Тъй като те не сключват директни договори с министерствата, на практика няма как да се разбере коя медия колко точно пари е взела. Така за широката публика остават известни само общите суми, които ведомствата дават за реклами във вестниците, за листовки, билбордове... Но, от друга страна, всеки може да разбере кои издания са получили финансиране достатъчно е само да ги разлисти и да прегледа рекламните им карета.

Дата: 06.07.2013
Източник: в. Банкер
Страница: 9
Брой думи: 1181

Резюме: Лятото е, жегата! Но и в началото на юли 2013 г. рекламата на най-големите български банки ни "намига" от всяка медия - във всяка минута. Трезорите налагат неуморно своята идентичност в отделните пазарни ниши с една-единствена цел - да се настанят по-удобно в един или друг сегмент и да стигнат до всеки потенциален клиент.

Заглавие: 5.7% от разходите за реклама идват от банките

Подзаглавие:

Автор: Хубен НЕНЧЕВ

Текст: Лятото е, жегата! Но и в началото на юли 2013 г. рекламата на най-големите български банки ни "намига" от всяка медия - във всяка минута. Трезорите налагат неуморно своята идентичност в отделните пазарни ниши с една-единствена цел - да се настанят по-удобно в един или друг сегмент и да стигнат до всеки потенциален клиент.

Днес ОББ ни зове да спечелим луксозно изживяване за двама с кредитна карта VISA Premium, същевременно разчита на инициативата в селските райони, предлагайки земеделски заеми срещу евросубсидията като гаранция и обещава на бизнеса да постигне високите си цели с *програмата Jeremie* на ЕС. А за да ни е всичко наред, както пееше преди години Васил Найденов, има и Обединен кредит, с който плащаме всичките си задължения на едно място и с една вноска. Също като в рекламата на клона на "Алфа банк" у нас.

ПИБ също предлага заеми по *програмата Jeremie*, плюс Зелен кредит за бизнеса или за дома, както и кредитни карти без граница и твърдо стоят зад обещанието си, че "3 години ще са 6 и половина!" Кое е наистина оригинално хрумване.

За "Банка ДСК" лятото на 2013-а е време за инвестиции в земеделието под слогана "Вярваме в хората, които вярват в себе си" (при 6.95% лихва). "Банка ДСК" предлага и луксозно изживяване за двама с картите VISA. Докато "Райфайзенбанк" оферира цял спектър от кредити при летни преференциални условия.

Булбанк пък налага персоналният финансов съветник за успешно инвестиране на личните пари, както и възможността бизнесът ни да расте както в онази сладка реклама с голяма риба в малък аквариум, който изведнъж става все по-голям. Освен това ни напомня, че "животът е низ от възходи и падения. Ние сме до вас и при двете".

Изброяването може да продължи с рекламите на клоновете на чуждестранните трезори у нас, част от които също ни заливат с рекламни материали от всякакъв вид.

Но въпреки масовото усещане, че кредитните институции са едва ли не основни - и почти единствени рекламодатели в България, това не е така, сочат проучванията на пийпълметричната агенция GARB (GfK Audience Research Bulgaria). на подложка (каре)

По дела на рекламните си бюджети в общия обем на средствата за налагане на този или онзи продукт и услуга на пазара, кредитните институции съвсем не са отличници. Така за 2011 г. трезорите са имали дял от 5.9% в brutните рекламни разходи, а през 2012 г. - 5.7%, въпреки че през нея бюджетът на бизнеса за реклами се е увеличил общо с 8.3 процента.

Пари, пари и пак пари

Трябва да отбележим, че това увеличение в бюджета е неравномерно разпределено по видове медии. Например пресата отчита намаляване на brutните обеми с 2% и на нетните с 5%, а радиата - спад с 25% на brutните обеми, докато при телевизиите има нарастване от 14 процента. Растат и парите за външна реклама - с 3.7%, както и интернет маркетингът - увеличение на brutните обеми със 7 процента.

За изминалата 2012 г. банките изобщо не са в челото по разходи сред 50-те най-големи рекламодатели в телевизионния сектор. От топ 50 през 2012 г. отпаднаха Raiffeisenbank (21-ва през 2011 г.), Alpha Bank (31-ва през 2011 г.) и Пощенска банка (32-ра през 2011 г.). В "класацията" остават "Банка ДСК" (28-о място), "Уникредит Булбанк" (44-а), SG Експресбанк (на 48-о място), ОББ (на 49-о място). Последна е ПИБ.

Съвсем различна обаче е динамиката в растежа на разходите за реклама на банките. Първа за 2012 г. е SG Експресбанк с ръст от 166%, следвана от ОББ - 78%, и ПИБ - 41%, докато "Банка ДСК" е заделила едва с 8% повече пари спрямо предишната година.

За разлика от обикновените рекламни послания за макарони, обувки, парфюми, леки коли, GSM-и и т.н., банковата реклама е едновременно и стокова - налага конкретни продукти чрез

акцент върху техни уникални свойства и преимущества и нерядко цена. Тя е и фирмена, защото формира желания образ на самата институция чрез рекламирания продукт или услуга, така че да се изтикат на заден план аналозите на конкурентите. Защото днес повечето телевизионни спотове и интернет реклами са насочени най-вече към специфична аудитория - младите хора и професионалистите на средна възраст, които не четат много и научават нужната им информация и новини най-вече от специалните мрежи.

В творчеството реклама има и трудни моменти. Например един непокорен котарак, както в клипа за ипотечен кредит "Лесен старт" на Булбанк.

В трезора още разказват - има го и в нет-а, как заснемането на рекламния клип се е превърнало в истинско приключение за екипа. "Първо подготвихме снимките в кухнята. Със сигурност най-доволна от цялото приключение беше самата Рая Петрова в ролята на Ани, която искрено се забавляваше да ръси брашно навсякъде около себе си. Но дошъл моментът да се включи котакът Симо, който като всяка мяучеща твар не подлежи на възпитание. Три часа снимки за пет секунди материал. Не е лесна работа, нали!" А като рекламен подарък всеки клиент на кредит "Лесен старт" ще занесе в новия си дом и турбоохлюв.

ОББ пък вкарва зрителите на рекламния си клип за ипотечен кредит в суперелита, населяващ един от най-скъпарските квартали в полите на Витоша. Къщата е част от затворен комплекс от седем еднофамилни къщи, разполага и със собствен уединен двор. Така мечтата - това да е твоята къща, се превръща в стимул за амбициозните.

"Райфайзенбанк" пък рекламира промоционалните условия за кредитни карти с артинсталации в търговски центрове на София - кампанията "Живи картини" с участието на млади актьори и художници. Те провокират пътниците на ключови метростанции, посетителите на моловете и привличат интереса на жителите на столицата. Уникалната техника претворява образите в различни направления на изкуството - импресионизъм, поп арт и дори масло. Промоционалните условия, които се представят чрез кампанията, са за кредитни карти MasterCard и Visa, за които са подадени искания от 15 февруари до 15 юни 2013 година.

Обратната страна на медала

Невинаги обаче нещата в рекламата са успешни и забавни. Понякога трезорите са принудени да преглътнат гордостта си.

"Банка ДСК" си изпати, макар и необяснимо защо. Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) наказва трезора заради телевизионна реклама (решение по жалба №7257 от 10 януари 2013 г.).

НСС се е самосезирал относно телевизионна реклама, насочена към популяризирането на ДСК-Старт дебитна карта за деца, защото клипът внушавал социална дискриминация на база имотно състояние на родителите. "Притежанието или използването на популяризирания продукт ще донесе на децата или подрастващите физически, психологически или социални преимущества пред техните връстници, или че непритежаването на този продукт би имало обратния ефект", отбелязват от регулатора.

В защитното становище на банката до НСС се отбелязва, че тази реклама вече е излизала в ефир през 2005 г. и тогава не са постъпвали никакви оплаквания относно съдържанието ѝ. Въпреки това Етичната комисия прие жалбата за основателна по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация.

Учудващо, нали!!! Вярно е, че живеем в трудни времена и че социалната чувствителност на хората, както показаха и протестите от тази зима, е изострена. Но нали рекламата трябва и да мотивира индивидите не само да консумират, но и да се борят за по-добър живот, за да получат по-голям дял от баницата на пазарната икономика. И именно рекламата създава тези образи, които се постигат с борба и лични успехи. Нещо, което и маркетинговата стратегия на българските банки постоянно формира сред хората.

Дата: 06.07.2013
Източник: в. Капитал
Страница: 38,39
Брой думи: 1477

Резюме: Държавата публикува списъка на медиите и агенциите, между които е разпределила 66 млн. лв. за популяризация на оперативните програми

Заглавие: Направи ме известен

Подзаглавие:

Автор: Мария МАНОЛОВА

Текст: Държавата публикува списъка на медиите и агенциите, между които е разпределила 66 млн. лв. за популяризация на оперативните програми

"Европейският съюз - [посочете държава], партньор, а не донор." Това е една от фразите, които ЕС препоръчва да се използват на химикалки, знаменца и други малки промоционални сувенири, където няма достатъчно място за описанието на цял проект. Това са дребните детайли в иначе грандиозните усилия и средства, които се отделят по всяка оперативна програма за комуникация.

Седем години, хиляди чадъри и шапки и стотици рекламни клипове по-късно държавата все още не е направила анализ какъв е бил ефектът от този мащабен харч, подобрила ли се е популярността на европейските програми и как. Но пък през изминалата седмица Министерският съвет публикува списък с комуникационните агенции и медиите, между които за този седемгодишен период са разпределени общо 66 млн. лв. от оперативните програми на ЕС. Над половината сума е дадена чрез обществени поръчки на фирми за организиране на събития, измисляне на реклами и доставка на промоционални материали. Заради дребна особеност в Закона за радио и телевизия (ЗРТ) обаче малко над 28 млн. лв. са отишли чрез директно договаряне направо при телевизии и радиостанции.

На пръв поглед в разпределението на парите по електронни медии няма крещящи несъответствия. Няма съществени разминавания между големината и обхвата на медиата и инвестираните в нея средства. Няма медии, които да се отличават с драстично по-големи приходи от оперативните програми. Пресилено е да се твърди и че сумите са послужили изцяло за пряк контрол върху редакцияното съдържание, а със сигурност е и много трудно доказуемо. Горчивият вкус, който оставя публикуваният списък, се дължи на липсата на ясни критерии, по които медиите получават евросредства. Без правила винаги остава съмнението доколко инвестицията е за популяризация на оперативните програми сред населението и доколко за популяризация на управляващите сред медиите.

Парчета евробюджет

Тридесет са радио- и телевизионните групи и канали, между които държавата е преценила да разпредели парите за комуникация по шестте оперативни програми и Програмата за развитие на селските райони (ПРСР) от 2007 г. насам. Малко над една трета от парите - 10 млн. лв., са отишли при Министерството на земеделието по ПРСР. Откроява се и бюджетът на Министерството на околната среда и водите по ОП "Околна среда" (ОПОС) - 7 млн. лв. По ОП "Развитие на човешките ресурси" пък Министерството на труда и социалната политика е разпределило малко под 5 млн. лв. (виж таблицата). Сред медиите най-много евросредства за реклама по директно договаряне (5.8 млн. лв.) е получила "Нова бродкастинг груп". В "БТВ медия груп" (в която освен телевизионните канали с влизат и радиостанциите bTV Radio, N-JOY, Z-Rock, Melody, Jazz FM, Classic FM и PRO FM) са постъпили 5.6 млн. лв., в БНТ (заедно с БНТ 2 и БНТ World) - 2.4 млн. лв., а в TV7 - 1.8 млн. лв. При радиостанциите групата "Дарик" е получила 4.2 млн. лв., БНР - 1.9 млн. лв., а компанията зад радио "Фокус" - "Фокус Нунти", е взела 1.4 млн. лв.

През годините министерствата се научиха да усвояват по-добре евросредствата, което е видно и в сумите, които са договаряли директно с електронните медии. В действителност повечето от изнесените сега данни не са разбити по години, така че е трудно да се анализира как са се развивали финансовите отношения между дадена медия и държавата. Отчетът по ОПОС обаче показва, че през 2012 г. ведомството е дало с 57% повече пари на медии, отколкото през 2011 г. Похарчените от началото на тази година средства вече надхвърлят с 22% тези от предходната. Остава до края на програмния период МОВС да договори и изхарчи още над 5 млн. лв., част от които за "дейности за популяризиране в печатни и електронни медии". **ОП**

"Конкурентоспособност" пък е планирала да закупи програмно време за още 1.6 млн. лв. до края на програмния период.

С ЕС или без

Важно е да се отбележи, че на фона на общия размер на рекламния пазар за електронните медии парите по европейските програми не са голямо перо. Те имат далеч по-голяма роля при печатните издания. Макар че на теория парите при принт медиите се разпределят по прозрачен начин - чрез обществени поръчки, обемите на държавните задачи (и ролята на държавата на пазара) се увеличават със значителен темп, докато тези на частните - намаляват. Еврофондовете са с далеч по-оскъдно присъствие на по-широката телевизионна сцена. Докато за седем години държавата е дала за програмно време малко под 30 млн. лв. на телевизии и радиостанции, само за 2012 г. обемът на пазара на телевизионна реклама е 800 млн. лв. (по брутните данни на "Пиеро 97", като действителните нетни стойности вероятно са с поне 30% по-ниски, или около 500 млн. лв.). От "Нова бродкастинг груп" дават пример със своите приходи. За последните седем години компанията е получила от оперативни програми 5.8 млн. лв., което е по-малко от 0.9% от приходите за същия период, които са над половин милиард лева, обясняват от компанията.

Евросредствата за комуникация обаче натежават повече в баланса на по-малките медии. Там вероятно и няколко стотин хиляди лева по оперативни програми правят разлика във финансовите резултати на медиата. Същевременно директното договаряне не е единственият канал на държавна инвестиция в медиите. Бюджетът на всеки по-голям европроект предвижда до 10% от средствата да бъдат инвестирани в комуникационни дейности.

Разбира се, медиите, които са получавали средства директно по европейски програми, отричат това да влияе на редакционното им съдържание и начина, по който отразяват работата на министерствата. "Телевизионните продукти на БНТ, произведени с цел популяризиране на европейските програми, винаги са били ясно разписани в договорите като програмни форми, обособени са в самостоятелни рубрики и обозначени със съответните индикации за оперативна програма и способ на финансиране", обясняват от БНТ. Медията е категорична, че "тези продукти са били в огромното си мнозинство информационни клипове и разяснителни репортажи, а не интервюта в студио, още по-малко с министри или други политически лица". Позицията споделят и големите частни канали. От bTV Media Group, "Нова бродкастинг груп" и каналите около TV7 са категорични, че няма връзка между търговския отдел и редакционните им политики. "Моите репортери, журналисти, нашите колеги, водещи, публицисти нямат никакво отношение и нямат дори бегла представа какви пари са влезли в телевизията", казва например програмният директор на TV7 Николай Бареков.

Един списък не стига

Безспорно е добре, че държавата все пак реши да покаже бенефициентите на европейски средства за комуникация. Извадката обаче е закръпена от данните на различните министерства и оперативни програми и не дава голямата картина - нито по години, нито по медии и компании, нито по дейности, а какво остава за критерии, по които са избирани те. Една далечна, но смислена цел изглежда държавата да продължи хода си към прозрачност и да създаде регистър, например наподобяващ този на обществените поръчки, в който да се осветлят напълно финансовите й взаимоотношения с медиите.

Според Кирил Вълчев от "Дарик радио" досегашният принцип на директно договаряне между държавата и медиите гарантира по-голяма прозрачност, отколкото разпределението на средства през PR и рекламни агенции. "Общата редакционна независимост може да се гарантира само с множественост на източниците на финансиране на частните медии", напомня той. Опасността медията да изпадне в зависимости според него идва от "субсидирането от неясни собственици или ограничен кръг търговски рекламодатели". В този сценарий публичните средства за комуникация играят позитивна роля. Това е "един от начините за ограничаването на едностранни финансови зависимости на медиите", казва той. Според Николай Бареков от TV7 комуникационните бюджети по оперативните програми също са полезни и необходими за електронните медии. "Помагат им да защитават до известна степен своята независимост и свобода", обяснява той с уговорката, че правителството не трябва да е в ролята на посредник и разпределител на тези пари. Бареков обаче не уточнява какви според него са алтернативните варианти.

"Вероятно процесът винаги може да подобри и да не се допуска получаване на средства за несвойствени за електронните медии дейности", коментира и Гергана Неделчева, маркетинг директор на радио "Фокус". Досегашните получатели на средства, макар и предпазливи в оценката си на механизма за насочване на парите, имат и конкретни идеи за неговата промяна. "Средствата трябва да се разпределят на паритет на и конкурсна основа, и то така, че по-

голямата част от сумата да отиде в реално производство, а не в посредници", например коментират пред "Капитал" от БНТ. От най-голямата телевизионна група bTV пък смятат, че рейтингът трябва да има най-голяма тежест при критериите за избор на медии, в които да се рекламират европрограмите. "Логиката, която следват всички пазарно детерминирани решения, е да се насочва най-голям ресурс към най-големите медии - с най-много зрители, с най-висок рейтинг, тираж, посещаемост на сайта и не на последно място най-висока степен на доверие и авторитет", смята мениджърът "Корпоративни комуникации" в bTV Соня Момчилова. Независимо дали критерият ще е най-голяма аудитория (макар че не при всички комуникационни задачи това е най-важното) обаче, важно е държавата да разпише и спазва обективна логика в отношенията си с медиите. Ако изразходването на първите 30 млн. лв. оставя много въпроси без отговор след себе си, предстои цял нов програмен период. А доверието в субективните решения на държавата отдавна не е било толкова ниско.

Дата: 06.07.2013

Източник: ComputerWorld, Топ 100

Страница: 58,60

Брой думи: 1094

Резюме: Общите приходи на софтуерния бранш у нас за 2012 г. са намалели с 13,8% на годишна база до 137 млн. лв., разкрива съпоставка на тези постъпления във всички 40 компании, участвали и в Топ 100 2013 (с данни за 2012 г.), и в Топ 100 2012. Ако пък се сравнят общите софтуерни приходи на всички компании от двете класации, отново има спад, но той е 3,8%.

Заглавие: Категоричен спад в приходите за 2012 г. в софтуерния бранш

Подзаглавие: Сред 10-те фирми начело на класацията по общи софтуерни приходи има данни само за един ръст

Автор: Тихомир ИВАНОВ

Текст: Общите приходи на софтуерния бранш у нас за 2012 г. са намалели с 13,8% на годишна база до 137 млн. лв., разкрива съпоставка на тези постъпления във всички 40 компании, участвали и в Топ 100 2013 (с данни за 2012 г.), и в Топ 100 2012. Ако пък се сравнят общите софтуерни приходи на всички компании от двете класации, отново има спад, но той е 3,8%.

Този резултат идва, след като в миналогодишната обща софтуерна класация (с финансови данни за 2011 г.) имаше ръст от 14% до почти 159 млн. лв. при сравнението на общите софтуерни приходи на всички 41 компании, участвали с данни и за 2011 г., и за 2010 г. Съпоставката на общите софтуерни приходи на всички компании от двете изминали класации отново показва увеличение, но в размер на 4,4%. Резултатите от още една година по-назад също бяха положителни.

Делът на общите софтуерни приходи на компаниите в Топ 100 2013 (156,5 млн. лв.) от сумата на приходите на всички ИТ фирми в класацията (1,321,4 млрд. лв.) е 11,84%, докато през 2011 г. той бе 12,9%, а през 2010 г. - 12,7%.

В общата ни софтуерна класация за 2012 г. се включиха 51 фирми, за 2011 г. имаме 54 компании, а за 2010 г. - отново 51. Както обикновено, селектирахме Топ 30, където повечето или всички фирми са със софтуерни приходи от над 1 млн. лв. Докато за 2011 г. приходите в Топ 30 бяха близо 158,9 млн. лв., за миналата година те са 150,3 млн. лв. Тази сума е по-ниска от Топ 30 за 2010 г., когато общите софтуерни приходи бяха 152,1 млн. лв. Шест от 30-те компании в настоящата класация обаче не бяха представени в предходния софтуерен списък. Така, ако съпоставим софтуерните приходи на 24-те фирми, участвали и в тази, и в миналогодишната класация, ще видим, че отново има спад - с 11,4%.

Топ 3

включва абсолютно същите компании, при това в същия ред, както подредбата за предходната година

- CAD R&D Center Progress (ЦАПК Прорпес), Fadata (Фадата) и Sirma Group Holding (Сирма груп холдинг). Но, докато през 2011 г. те бяха повишили софтуерните си приходи на годишна база, миналата година всички са претърпели спад, като особено значителен е при лидера

- 37,2% по-малко (това е най-голямото свиване в топ 30 и идва, след като през 2011 г. фирмата постигна ръст от 22,9%, а през 2010 г. се похвали със скок от 61,4%). Sirma пък за поредна година е на косъм да надмине Fadata, но не успява.

Всъщност сред водещите 10 играча има данни само за едно увеличение в приходите - Nemetschek (Немечек) с 15,8%.

Най-впечатляващи ръстове обаче са на Global Consulting (Глобал консултинг) с 94,1%, Kontrax (Контракс) със 76,4% и Paraflow Communications (Парафлоу комуникейшънс) с 44,4%.

Двигателите и спирачките на бизнеса

Александър Меродийски, ръководител на отдел "Маркетинг" в CAD R&D Center Progress, отдава проблемите в бизнеса на нестабилната икономическа и политическа конюнктура, нелоялната конкуренция и недостатъчно ефективното усвояване на еврофондовете.

Димитър Джендов също изтъкна, че усложнената икономическа ситуация в страната е сериозна бариера пред бизнеса. "Организациите силно са свили разходите за ИТ проекти и все по-трудно се решават на инвестиция в тази посока. За сметка на това са много взискателни към търсените решения, което е положително - търси се оптимумът в съотношението функционалност, производителност, цена и тук ние сме насреща - каза той. - В допълнение смяната на правителството и ръководните кадри в редица институции усложняват пазарната

ситуация. Ще отнеме време докато новите ръководства се запознаят с обстановката и подновим работата по някои от започнатите проекти."

е делът на общите софтуерни приходи 6 Топ 100 2013 (156,5 млн. лв.) от сбора на приходите на всички ИТ фирми в класацията (1,321,4 млрд. лв.)

Цветан Алексиев, изпълнителен директор на Sirma Group Holding, обърна внимание на други наболели проблеми - ниското ниво на авансово финансиране на големите ИТ проекти и забавеното издължаване на средствата по обществените поръчки, които оказват силно влияние върху паричните потоци на ИТ компаниите поради сравнително дългите срокове за разработване и внедряване, респективно на разплащането.

Управителят на InterConsult Bulgaria (Интерконсулт България) Стоян Боев също адресира сериозния недостиг на квалифицирани кадри в ИТ индустрията у нас, както и недостатъчно високото ниво на образование в университетите и недостатъчния брой на завършващите технически специалности, което води до много силна конкуренция между фирмите за привличане на таланти. Като друга пречка той посочи липсата на програми в България, подкрепящи иновациите.

Разбира се, не всичко е проблеми - компаниите продължават да работят и да се развиват заедно с тенденциите и факторите на местно и глобално ниво.

Управителят на Global Consulting Димитър Джендов, например, отдава ръста на своя бизнес на бума на данните, тъй като продуктовото портфолио на компанията включва решенията за управление на данни на Informatica. "През последните години сме свидетели на голям ръст в обемите генерирани данни, които се съхраняват както в организациите, така и извън тях - коментира той. - Тези количества данни трябва да бъдат достъпни, да могат да се съхраняват и обработват от различни приложения и като изход от тези процеси бизнесът да взема информирани решения - било то стратегически или чисто оперативни. Ние работим в тази посока да помагаме на клиентите си как най-ефективно да използват различните технологични решения, за да постигат бизнес целите си, и, което е особено важно, да спестяват от разходи за поддръжката на своята ИТ инфраструктура."

Стоян Боев пък смята, че двигателите на бизнеса досега са били възможностите за финансиране по Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" (ОПРКБИ), 7-ма рамкова програма и възможността България да участва заедно с другите страни членки на ЕС, както и талантът на българските софтуерни специалисти.

Александър Меродийски пък изтъкна като плюсове доброто партньорство на CAD R&D Center Progress с водещи световни компании като Microsoft и Dell, легализирането на софтуера в държавата и постепенното внедряване на е-услуги.

Топ 30 фирми в България по софтуерни приходи за 2012 г.

- 1 CAD R&D Center "Progress"
- 2 Fadata_
- 3 Sirma Group Holding_
- 4 Stanga_
- 5 Musala Soft_
- 6 Information Services_
- 7 Nemetschek_
- 8 Stemo_
- 9 Software AG Development Centre
- 10 Infragistics_
- 11 Seeburger Informatik_
- 12 Bianor Holding_
- 13 Stone Computers_
- 14 Brain Storm Consult Group_
- 15 Borica-Bankservice_
- 16 LIREXBG_
- 17 Bonev Soft Auditing_
- 18 David Holding Consolidated_
- 19 Datecs_
- 20 Intelligent Systems Bulgaria_
- 21 Acsior_22 Microinvest_
- 23 Kontrax_
- 24 Paraflow Communications_

25 Scale Focus_
26 Global Consulting_
27 IBS Bulgaria_
28 AS Systems_
29 Gravis Bulgaria Consolidated_
30 GSS_
Общо за 24-те фирми в топ
30, подали данни за 2012 г. и 2011 г.
Общо за всички 40 фирми, подали данни за 2012 г. и 2011 г.
Всички софтуерни приходи в Топ 100 2013 срещу всички софтуерни приходи в Топ 100 2012

Дата: 06.07.2013

Източник: ComputerWorld, Топ 100

Страница: 61,62

Брой думи: 1020

Резюме: След като през 2011 г. приходите от разработка на софтуер у нас се свиха, миналата година отбелязаха оздравителен 11% ръст до 74,7 млн. лв., сочи съпоставката на тези постъпления на 20 фирми, подали данни за Топ 100 2013 (с финансова информация за 2012 г.) и Топ 100 2012. Ако просто сравним всички развойни приходи в двете класации, ще получим ръст от 31,9%, но компаниите с такива приходи в двете подредби са с различен брой и за доста няма данни и за двете години. През 2010 г. тези два показателя бяха положителни - 1,9% и 7,7% съответно.

Заглавие: Развойните приходи са нараснали през 2012 г.

Подзаглавие:

Автор: Тихомир ИВАНОВ

Текст: След като през 2011 г. приходите от разработка на софтуер у нас се свиха, миналата година отбелязаха оздравителен 11% ръст до 74,7 млн. лв., сочи съпоставката на тези постъпления на 20 фирми, подали данни за Топ 100 2013 (с финансова информация за 2012 г.) и Топ 100 2012. Ако просто сравним всички развойни приходи в двете класации, ще получим ръст от 31,9%, но компаниите с такива приходи в двете подредби са с различен брой и за доста няма данни и за двете години. През 2010 г. тези два показателя бяха положителни - 1,9% и 7,7% съответно.

Делът на общите постъпления от софтуерни разработки (93,3 млн. лв.) в Топ 100 2013 е почти 60% от сбора на всички софтуерни приходи (156,5 млн. лв.), докато през 2011 г. той бе 42,4%, а през 2010 г. - 48,3%. Делът на развойните приходи от общите приходи на всички ИТ фирми в Топ 100 2013 (1,321,4 млрд. лв.) е 7,06%, а през 2011 г. бе 5,46%.

Промени в челната тройка

са настъпили през 2012 г. спрямо 2011 г. Sirma Group Holding (Сирма груп холдинг) си запазва първата позиция благодарение на ръста от 12,2% до 12,5 млн. лв. Драматична промяна обаче настъпва на второто място - след изумителния скок на развойните приходи от 520% до 11,4 млн. лв. Fadata (Фадата) се изкачва от десета позиция през 2011 г. на втора през 2012 г. Така миналогодишният носител на среброто Stanga (Станга) остава трети, при това с лек спад от 2,1%, а Musala Soft (Мусала софт), преминава от трето на четвърто място, също със спад от над 2%.

Висок ръст (112%) е постигнала и Acsior (Аксиор), докато по-сериозни свивания на приходите от по около 35% имат David Holding (Давид холдинг) и Information Services (Информационно обслужване).

Причините за положителния резултат в сектора

са доста различни за отделните фирми. Според управителя на Infragistics (Инфраджистикс) Любомир Чолаков, плюс е наличието на талантиливи разработчици, а управителят на Nemetschek Bulgaria (Немечек България) Георги Брашнаров посочи, че двигател на компанията, която ръководи, продължава да е позиционирането ѝ на световни пазари. Важен положителен фактор са и водещите технологични тенденции. "Мобилните устройства и социалните медии запазват своята привлекателност като комуникационни платформи с голям потенциал - отбеляза Васил Генов, управител на Stanga (СТАНГА). - Затова и интерактивните агенции, с които работим, се стремят да достигнат целевите си аудитории именно чрез тези канали. Това обуславя характера на търсенето на развойни услуги в нашата сфера. Отчитаме като ключово преимущество числеността на развойните си екипи от над 250 професионалисти и гъвкавите си работни процеси. Те обуславят капацитета ни да реализираме комплексни и мащабни кампании за клиенти от цял свят при изключително кратки срокове. В технологичен план най-актуални към момента са отзивчивият дизайн, разработките за мобилни устройства и интеграцията със социални медии - затова и целенасочено развиваме експертните си умения в тези направления. Устойчив е интересът към готови CMS, гарантиращи устойчивостта на платформата и възможностите за гъвкаво надграждане и фина настройка."

Управителят на Seeburger Informatik (Зеебургер информатик) Христо Телятинов също адресира мобилните технологии. "Клиентите все повече желаят да достигат до данните/документите си и да ги управляват по всяко време и от всяко място, от разнообразни по вид и тип мобилни устройства", каза той.

На технологичните тенденции обърна внимание и управителят на българския офис на Software AG Бисер Иванов. Той заяви, че бизнесът на компанията се движи от четири основни "сили": обработката на големи данни в реално време за оптимизация на бизнес процеси; предоставяне на решения и интегриране на съществуващи такива върху виртуални системи; интуитивно управление на бизнес процеси през мобилни устройства; и наличие и използване на решения, свързани със социалното общуване и обмен на информация в кооперативни среди.

Изпълнителният директор на Scale Focus (Скейл фокус) Пламен Цеков посочи, че двигател за развитие на сектора са "все по-бизнес ориентирани и иновационни решения, а не предлагане на технологии и базов софтуер". Конкретно за компанията са били важни силният и мотивиран екип и новите ключови партньорства с подобни компании в България и чужбина.

Боряна Томова, директор "Маркетинг" в AS Systems, обърна внимание на ефекта на проектите по *Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика"*. "Успешно приключилите проекти ще дадат очакван тласък на този сегмент и за бъдещи периоди. Нашата компания успешно завърши три от спечелените от нас четири проекта", каза тя.

Недостигът на добри кадри

обаче продължава да измъчва сектора. "Дефицитът не само спъва бизнеса и темповете за развитие, но като цяло създава една нездравословна конкурентна атмосфера в бранша", изтъкна Бисер Иванов.

"В момента отново се забелязва силен интерес от страна на ИТ компаниите към разрастване, а опитните ИТ кадри в България от години са дефицитни - каза и Христо Телятинов. - В този аспект бих се радвал, ако университетите актуализират приемните си политики на база на търсенето и реализацията на завършващите. Повече завършващи ИТ кадри биха довели до възможността да се разработват повече ИТ проекти."

Изпълнителният директор на Sirma Group Holding Цветан Алексиев посочи, че холдингът има политика за привличане и инвестиране в професионалното развитие на талантиливи ИТ специалисти и мениджъри. "Вярваме, че хората и техният личен и екипен потенциал, заедно с благоприятната среда за създаване и развитие на иновационни решения определят пътя на успеха на една компания", каза той.

Васил Генов сподели, че и Stanga адресира недостига чрез практики за привличане и задържане на персонала, програми за въвеждащи обучения на специалисти без опит, сътрудничество със студентски и младежки инициативи с кариерен фокус.

Георги Брашнаров обърна внимание не само на недостатъчния брой висококвалифицирани специалисти, но и на свитото вътрешно потребление, което тласка много фирми към проекти извън България.

Топ 20 фирми в България по развойни приходи за 2012 г.

- 1 Sirma Group Holding
- 2 Fadata
- 3 Stanga
- 4 Musala Soft
- 5 Nemetschek
- 6 Software AG Development Centre
- 7 Infragistics
- 8 Seeburger Informatik
- 9 Bianor Holding
- 10 Information Services
- 11 Brain Storm Consult Group
- 12 Borica-Bankservice
- 13 Microinvest
- 14 Acsior
- 15 Datecs
- 16 David Holding Consol.
- 17 Scale Focus
- 18 AS Systems
- 19 Kontrax
- 20 GSS

Общо за 15-те фирми в топ 20, подали данни за 2012 г. и 2011 г.

Общо за всички 20 от общо 30 фирми, подали данни за 2012 г. и 2011 г. Всички развойни приходи в Топ 100 2013 срещу всички развойни приходи в Топ 100 2012

Дата: 06.07.2013

Източник: ComputerWorld, Топ 100

Страница: 65,66

Брой думи: 709

Резюме: Сериозен спад от около 30% са претърпели продажбите на готов софтуер през 2012 г. Съпоставката на приходите на 24-те компании, подали такива финансови данни за миналата и по-миналата година, показва, че общите им приходи са се свили с 29,4% до 32,2 млн. лв. Ако пък сравним тазгодишната класация с подредбата от предходното издание на Топ 100, ще видим, че намалението е с 33,3% до 34,6 млн. лв. Тези резултати идват, след като през 2011 г. продажбите на готов софтуер имаха лек ръст от 5,5% до общо 13,7 млн., според сравнението на 22 фирми,

Заглавие: С 30% са намалели приходите от продажби на готов софтуер през 2012 г.

Подзаглавие: За поредна година CAD R&D Center Progress води класацията с непреодолима преднина

Автор: Тихомир ИВАНОВ

Текст: Сериозен спад от около 30% са претърпели продажбите на готов софтуер през 2012 г. Съпоставката на приходите на 24-те компании, подали такива финансови данни за миналата и по-миналата година, показва, че общите им приходи са се свили с 29,4% до 32,2 млн. лв. Ако пък сравним тазгодишната класация с подредбата от предходното издание на Топ 100, ще видим, че намалението е с 33,3% до 34,6 млн. лв. Тези резултати идват, след като през 2011 г. продажбите на готов софтуер имаха лек ръст от 5,5% до общо 13,7 млн., според сравнението на 22 фирми,

са подали съответните данни и в Топ 100 2012, и в Топ 100 2011.

Делът на общите постъпления от продажби на готов софтуер в Топ 100 2013 е 22,1% от сбора на всички софтуерни приходи (156,5 млн. лв.), докато през 2011 г. той бе 32%. Делът на продажбите на готов софтуер от сумата на общите приходи на всички ИТ фирми в Топ 100 2013 (1,321,4 млрд. лв.) пък е 2,6%, а през 2011 г. бе 4,1%.

За поредна година класацията води CAD R&D Center Progress

(ЦАПК Прогрес) с непреодолима преднина, въпреки сериозното свиване от 37,8% в постъпленията ѝ от

продажба на готов софтуер. И така компанията отново е направила продажби на стойност, която е по-висока от сбора на всички останали продажби в таблицата. Приходите ѝ от тази дейност съставляват 62,8% от всички продажби в класацията.

Александър Меродийски, ръководител на отдел "Маркетинг" в компанията, сподели, че основните двигатели на бизнеса на CAD R&D Center Progress са доброто партньорство с водещи световни компании като Microsoft и Dell и легализирането на софтуера в държавата. Също така той коментира, че като цяло за този бизнес са от значение и внедряването на електронни услуги и ефективното усвояване на средства от еврофондовете.

Миналата година към съответната статия в Топ 100 2012 също имаше коментари, че европрограмите в го-

ляма степен са движели продажбите.

Според Димитър Димитров, специалист "Продажби на ERP решения" във фирма ERP.BG (И ар пи България), която при излизането на Топ 100 миналата година все още се наричаше Aloe Co (Алое ко), възможностите за еврофинансиране по *Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" (ОПРКБИ)* обаче са се оказали едновременно и двигател, и бариера на пазара за ERP софтуер. "Породеното повишено търсене трудно се конвертира в количество успешни продажби поради тромавите процедури по отпускане и усвояване на средствата

по европрограмите, но все пак даде финансовата възможност на фирмите да закупят такъв клас системи", коментира той.

Специалистът все пак адресира *ОПРКБИ* като един по-скоро позитивен фактор. "Това повлия позитивно като цяло на пазара най-вече заради образователния ефект, който се получи, а именно хиляди фирми търсеха информация какво е софтуерна система от клас ERP. Повишеното търсене на такъв клас системи естествено се отрази и на предлагането, което повиши степента на конкурентност на пазара", заяви той.

Въпреки положителните ефекти на пазара, съществуват и сериозни бариери пред успешните продажби на готов софтуер. Сред тях са нестабилната икономическа и политическа обстановка,

нелоялната конкуренция и неотминаващата опасност от неефективно усвояване на средства от еврофондовете, по думите на Александър Меродийски.

Що се отнася конкретно до продажбите на ERP системи, основната бариера за развитието на пазара си остава нивото на информираност на българските фирми за това какво точно представлява този тип софтуер, както и все още не добрата финансова обстановка, според Димитър Димитров. "Няколкостотин фирми бяха одобрени за финансиране, но не получиха средства по *Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика"* за закупуване на ERP системи, което в крайна сметка даде и ясни индикатори за обема на пазара за този клас продукти", добави той.

Класация по приходи от продажби на готов софтуер през 2012 г.

- 1 CAD R&D Center Progress_
- 2 Bonev Soft Auditing_
- 3 Fadata_
- 4 Global Consulting_
- 5 David Holding Consolidated_
- 6 Balkan Services_
- 7 Datecs_
- 8 ERRBG_
- 9 GSS_
- 10 IBS Bulgaria_
- 11 Persy_
- 12 Kontrax_
- 13 MusalaSoft_
- 14 Paraflow Communications_
- 15 VALI Computers_
- 16 Barcode Systems Bulgaria_
- 17 Nemetschek_
- 18 Scale Focus_
- 19 Stemo_
- 20 Acnior_
- 21 Prima Soft_
- 22 Sirma Group Holding_
- 23 Interconsult Bulgaria_
- 24 APCOM_
- 25 Stone Computers_
- 26 Microinvest_
- 27 Unimatix_
- 28 Mistral Software_
- 29 Bora Solutions_
- 30 Methodia_

Общо за всички 24 фирми, подали данни за 2012 г. и 2011 г.

Всички продажби на софтуер в Топ 100 2013 срещу всички съответни приходи в Топ 100 2012

Регионални печатни медии

Дата: 04.07.2013

Източник: в. Добруджанска трибуна, Добрич

Страница: 3

Брой думи: 557

Резюме: Правителствената пресслужба публикува вчера списък на медиите и пиар агенциите, които са получавали пари от държавата за популяризиране на оперативните програми на ЕС у нас. Обхванат е периода от началото на 2007 г. до края на май 2013 г. - управлението на Тройната коалиция след влизането на страната ни в ЕС, правителството на ГЕРБ и служебния кабинет на Марин Райков.

Заглавие: Над 66 милиона лева раздала властта на медии по оперативни програми

Подзаглавие:

Автор:

Текст: Правителствената пресслужба публикува вчера списък на медиите и пиар агенциите, които са получавали пари от държавата за популяризиране на оперативните програми на ЕС у нас. Обхванат е периода от началото на 2007 г. до края на май 2013 г. - управлението на Тройната коалиция след влизането на страната ни в ЕС, правителството на ГЕРБ и служебния кабинет на Марин Райков.

За шест години властта е раздала на медиите малко над 66 млн. лв. Половината от тази сума е разпределена от земеделското министерство по програмата за развитие на селските райони.

Останалите средства са били раздадени през Министерствата на транспорта, финансите, екологията, регионалното развитие, труда и социалната политика и икономиката.

За комуникационна стратегия на ОП "Транспорт" са изразходвани 5,19 млн. лв., за ОП "Околна среда" са изхарчени 11,2 млн. лв., за ОП "Конкурентоспособност" - 3,9 млн. лв., за "Развитие на човешките ресурси" - 9,4 млн. лв., "Административен капацитет" - 2,1 млн. лв., "Регионално развитие" - 5,5 млн. лв., "Техническа помощ" - 2,6 млн.

Най-тлъстите договори са сключили Нова телевизия, Би Ти Ви и ТВ7 /собственост на депутата от ДПС Делян Пеевски и Цветан Василев/ са успели да сключат договори за над 11 милиона лева. "Нова телевизия" е получила над 5,8 милиона лева, договорите на Би Ти Ви са за повече от 4,8 млн. лв., а ТВ7 е прибрала над 1,6 млн. лв.

7 459 236 лева са платени на радиостанциите. Повече от половината от тези пари са отишли в "Дарик радио", което има договори за над 4 милиона лева. Фирмата, която стои зад Агенция "Фокус" - "Фокус Нун-ти" ООД е сключила контракти за над 1,6 млн. лева.

Българското национално радио има сключени договори по комуникационните планове за над 1,8 милиона лева, като близо 600 000 лева от тях са за предоставяне на програмно време по ОП "Околна среда". Другата обществена медия - Българската национална телевизия, е контрагент по вече сключени договори на обща стойност от над 2,3 милиона лева. Най-високата стойност на сключен от БНТ договор е за 480 000 лв. и е за предоставяне на програмно време за излъчване на информационни материали за популяризиране на ОП "Развитие на човешките ресурси".

Управляваният от Моника Йосифова "Консорциум за диалог с администрацията" е получил 1 078 833 лева за изработване на информационна кампания на ОП "Административен капацитет". За популяризирането на програмата са похарчени и още 1 млн. лева, спечелени от 5 други фирми.

Голяма част от парите (като например тези за реклама във вестници) са минавали през рекламни и PR агенции. 960 000 лв. пък е получила "Медиа планинг груп" за популяризиране чрез печатни издания на Програмата за развитие на човешките ресурси.

Компанията "Зенит адвъртайзинг" е спечелила 540 000 лв. за осигуряване на достъпност, публичност и прозрачност на Оперативна програма "Регионално развитие" 2007 -2013г.(ОПРР) чрез печатни медии.

"Д енд Д Агенция за проучвания и връзки с обществеността" АД е взела 364,800 лв. от Програмата за развитие на селските райони за информационна кампания и изготвяне на материали за печатни медии и консултации на рубрики в електронни медии. Пак по същата програма, добила скандална популярност с "Кристинките на Миро Найденов", други 1,46 млн. лева са отишли за вестникарска реклама чрез агенция "Арчър айдиас"

През последните години наблюдатели неведнъж алармираха, че чрез комуникационните стратегии по европрограмите държавата се превръща в един от най-крупните рекламодатели в медиите, което е предпоставка за опасна зависимост.

Подробната справка за изразходваните средства е на сайта на Министерски съвет.

04.07.2013 г.

Дата: 04.07.2013

Източник: Форум Север, Русе

Страница: 13

Брой думи: 396

Резюме: Областният информационен център в Разград е най-активен в дейността си в сравнение с останалите подобни структури в страната, като изпреварва дори и софийския. Това става ясно от Единия информационен портал за Структурните фондове на ЕС. Информациите, публикувани от ОИЦ -Разград за дейността му, са разположени на 13 страници, като следващият по този показател е центърът в София - област с 10 страници.

Заглавие: ОИЦ в Разград изпреварва по активност дори софийския

Подзаглавие:

Автор: Мариета КИТАНОВА

Текст: Областният информационен център в Разград е най-активен в дейността си в сравнение с останалите подобни структури в страната, като изпреварва дори и софийския. Това става ясно от Единия информационен портал за Структурните фондове на ЕС. Информациите, публикувани от ОИЦ -Разград за дейността му, са разположени на 13 страници, като следващият по този показател е центърът в София - област с 10 страници.

Управителят на Областния информационен център в Разград Юлиян Данаилов съобщи, че от началото на годината досега екипът на центъра е приел 421 посетители, дал е отговори на 455 зададени въпроса, провел е общо 21 информационни събития за популяризиране на отворени схеми по оперативните програми, с участието на 567 представители на местни и държавни институции, неправителствени организации, бизнес, културни институти и медии. Дейностите и инициативите на Информационния център са отразени в 190 публикации в печатните и електронните медии.

Организиран са и редица кампании и конкурси. Сред тях са инициативата "Месец на Европа" и работната среща дискусия със заинтересованите страни за подпомагане на процеса по обществена консултация и дебат за създаване на общ бранд на трансграничния регион " Румъния-България". Добър атестат за работата на Областния информационен център в Разград е участието на управителя Юлиян Данаилов в среща на членовете на мрежата ИНФОРМ на Генерална дирекция "Регионална политика" на Европейската комисия.

Интересно е също, че ОИЦ -Разград е издал справочник за популяризиране на дейностите и услугите в подкрепа на местната общност. Той включва информация и снимков материал от конкретни събития, организирани от екипа на центъра. Издадена е и брошура, съдържаща данни за успешно реализирани и изпълняващи се проекти на територията на областта през настоящия програмен период 2007 - 2013 г.

Съобщени бяха и предстоящите събития на ОИЦ - Разград до края на 2013 г.: Представяне на процедура "Технологична модернизация в малки и средни предприятия" по ОП "Конкурентоспособност", която се очаква да бъде отворена за кандидатстване с проекти до средата на месец юли; дискуссионен форум "Добри практики от реализирани проекти в Лудогорието, съфинансирани от Структурните и Кохезионния фондове на ЕС в периода 2007 - 2013 г."; втора масова проява за широката общественост "Дни на Европа в Разград"; кампания за популяризиране на подготовката за новия програмен период 2014 - 2020 г. във всички общини от област Разград. Сред предстоящите общи инициативи на мрежата от 28 информационни центъра в България до края на годината е провеждането на национален ученически творчески конкурс за есе на тема "Аз знам за Еврофондовете".

04.07.2013

Дата: 03.07.2013
Източник: Троянски глас
Страница: 3
Брой думи: 356

Резюме: На 25 юни Управляващият орган на ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 публикува проект на насоки за кандидатстване по схемата за технологична модернизация за фирмите, информират от Областен информационен център - Ловеч.

Заглавие: Възможности за технологична модернизация в предприятията

Подзаглавие:

Автор:

Текст: На 25 юни Управляващият орган на ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 публикува проект на насоки за кандидатстване по схемата за технологична модернизация за фирмите, информират от Областен информационен център - Ловеч.

По процедурата могат да кандидатстват микро, малки и средни предприятия. С проектите фирмите ще могат да направят инвестиции в нови технологии и оборудване, които да доведат до разширяване на дейността на предприятията, диверсификация на тяхната продукция с цел повишаване на конкурентоспособността им и фундаментална промяна на цялостния производствен процес в съществуващото предприятие. Освен за закупуване на ДМА и ДНА, фирмите ще могат да получат и безвъзмездна финансова помощ за консултантски услуги, която попада в режим "минимални помощи".

Кандидатите по настоящата процедура за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ следва да отговарят и на следните специфични критерии за допустимост:

- Да имат минимум 3 приключени финансови години (2010, 2011, 2012 г.)
- Да са реализирали нетни приходи от продажби през последната приключила финансова година (2012 г.) от 150 000 лв. до 750 000 лв. в зависимост от категорията на предприятието
- Да развиват основната си икономическа дейност в следните допустими сектори: Сектор С "Преработваща промишленост"; Сектор J "Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения" - само кодове J61, J62 и J63
- Сектор М "Професионални дейности и научни изследвания" - само кодове от раздел M72

Общият размер на предстоящата процедура е 50 млн. евро, като безвъзмездната финансова помощ е 70% за микро и малки и 60% за средни предприятия. Минималният размер на помощта за проект е 100 000 лева, а максималният - 2 млн. лева в зависимост от категорията предприятие.

Документацията по предстоящата процедура е представена за обществено обсъждане на интернет страницата на ОП "Конкурентоспособност" <http://www.opcompetitiven-ess.bg/news.php?id=762> Предложения и коментари по горепосочените документи могат да се изпращат в срок до 17:30 ч. на 05.07.2013 г. (включително) на следната електронна поща: public.consult@ion@mee.gov ern-ment.bg.

На интернет страницата на *оперативната програма* е публикувано и решение на ръководителя на УО за увеличаване на авансовите плащания към бенефициентите до 65% <http://www.opcompetitiven-ess.bg/news.php?id=761>.

Допълнителна информация може да получите на място в Областен информационен център, ул. Търговска 29, по телефона 068/604 297 или по ел. поща oic.lovech@eu-funds.bg.
03.07.2013 г.

Периодични печатни издания

Няма намерена информация.

Интернет издания и блогове

Дата: 05.07.2013

Източник: www.expert.bg

Връзка: <http://news.expert.bg/n430390>

Брой думи: 435

Резюме: Министър-председателят Пламен Орешарски обсъди на среща с членове на Управителния съвет на Съюза „Произведено в България“, една от най-важните за държавата ни теми – защитата от нелоялен внос в страната.

„Приходните агенции разработват мерки, така че да се ограничат необявяваните вътрешно-общностни доставки“, заяви премиерът след срещата в Министерския съвет. Той обясни, че проблемът касае не толкова загуба на фискални приходи, колкото оказва натиск върху местните фирми от нелоялна конкуренция.

Заглавие: Орешарски: Малкият и среден бизнес трябва да бъде по-добре защитен

Подзаглавие:

Автор:

Текст: Министър-председателят Пламен Орешарски обсъди на среща с членове на Управителния съвет на Съюза „Произведено в България“, една от най-важните за държавата ни теми – защитата от нелоялен внос в страната.

„Приходните агенции разработват мерки, така че да се ограничат необявяваните вътрешно-общностни доставки“, заяви премиерът след срещата в Министерския съвет. Той обясни, че проблемът касае не толкова загуба на фискални приходи, колкото оказва натиск върху местните фирми от нелоялна конкуренция.

„Обсъдихме възможни законодателни изменения, така че българският малък и среден бизнес да бъде по-добре защитен. Ще продължим консултациите в тази връзка“, добави премиерът. Той уточни, че се обръща специално внимание на Съюза „Произведено в България“, тъй като той обединява малък и среден български бизнес, чиито проблеми от една страна са сходни на общите проблеми на бизнеса в страната, но от друга - имат своята специфика по отношение на нивото на ефективна конкуренция.

Председателят на Изпълнителното бюро на УС на Съюза „Произведено в България“ Лукан Луканов приветства действията на кабинета в защита на зеленчукопроизводителите. „Горещо аплодирахме решението на правителството за акцията по границата. Ако това не е само спорадична акция, много скоро нашият малък и среден производител на зеленчуци ще усети подобрене на ситуацията, в която с намира“, заяви Луканов.

Той подчерта, че малкият и среден бизнес е основен генератор на безработицата заради състоянието, в което се намира. „Издадохме наши предложения, свързани с отпадане на бюрократични и лицензионни режими. Говорихме и за финансиране на бизнеса и за това, че в следващия програмен период 2014г.-2020г. България трябва да защити интересите си в *програмата Иновации и конкурентоспособност*“, каза още Луканов. Той изрази одобрението си за актуализация на бюджета, ако това е средството правителството да се разплати с бизнеса.

Изпълнителният директор на Съюз „Произведено в България“ Пламен Грозданов изтъкна значението на каузата в подкрепа на българското. „Получихме пълно разбиране от страна на правителството и министър-председателя, че действително ще се търсят възможности да бъде подкрепена кампанията „Изберете българското“, отбеляза Грозданов.

Председателят на Националния съюз на хлебари и сладкари в България Марияна Кукушева постави въпроса за намаляването на ДДС върху храните, както и въпроса за равнопоставеността на българския производител със стоките внесени от единния европейски пазар. Кукушева обърна внимание и на възможностите за достъп на малките и средни предприятия при обществените поръчки.

„Поставихме трудностите, които имаме в този момент на тежка икономическа криза. Намираме разбирание от страна на правителството и държавата“, заяви представителят на Асоциацията на месопереработвателите в България Димитър Маджаров.

Членът на Изпълнителното бюро на УС на Съюза „Произведено в България“ Кънчо Стойчев призова правителството да започне реална законова борба с монополите. Членът на

Изпълнителното бюро на УС на Съюза Андрей Райчев предложи върху българските стоки да се слага знак, изобразяващ лъв.

Дата: 05.07.2013

Източник: www.novini.dir.bg

Връзка: <http://novini.dir.bg/news.php?id=14354104>

Брой думи: 246

Резюме: 35 младежи на възраст до 29 години се включиха във форум, посветен на младежката заетост, организиран от ОИЦ-Русе. Част от тях са стажанти в Община Русе, назначени по оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“. Младежката гаранция, която ще влезе в сила от 1 януари 2014 г. предизвика голям интерес сред участниците. Тя предвижда всеки завършил училище или университет, който не е успял до 4 месеца да си намери работа, да получи предложение за такава или пък за стаж и квалификация.

Заглавие: Младежката заетост във фокуса на информационна среща в Русе

Подзаглавие:

Автор:

Текст: 35 младежи на възраст до 29 години се включиха във форум, посветен на младежката заетост, организиран от ОИЦ-Русе. Част от тях са стажанти в Община Русе, назначени по оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“. Младежката гаранция, която ще влезе в сила от 1 януари 2014 г. предизвика голям интерес сред участниците. Тя предвижда всеки завършил училище или университет, който не е успял до 4 месеца да си намери работа, да получи предложение за такава или пък за стаж и квалификация.

Преди дни Европейският съюз заложи в бюджета си между 6 - 8 милиарда евро за борба срещу младежката безработица. Сумата, чиито размер не е уточнен ще се насочи към страните и регионите, където младежката безработица е най-висока. По предварителни разчети България ще получи близо 100 млн. евро за справяне с младежката безработица в следващите няколко години.

Русенските младежи питаха дали се предвиждат други програми за стажуване, от които да могат да се възползват и в бъдеще. Част от тях харесват работата си в администрацията и искат да продължат да бъдат част от екипа на съответните звена. Грантовите схеми, предоставянето на ваучери и финансовите инструменти, които се залагат като възможни източници на финансиране на проекти по ОП „Иновации и конкурентоспособност“ след 2014 година също бяха интересни за аудиторията. На 9 юли 2013 г., от 10 ч., в актова зала „Галерия Академия“ на Художествената академия в София ще се състои публична дискусия на тема „Имат думата младите“. Дискусията се инициира от заместник-министър председателя и министър на правосъдието Зинаида Златанова.

Дата: 05.07.2013

Източник: www.dariknews.bg

Връзка: http://dariknews.bg/view_article.php?article_id=1111278

Брой думи: 246

Резюме: 35 младежи на възраст до 29 години се включиха във форум, посветен на младежката заетост, организиран от ОИЦ-Русе. Част от тях са стажанти в Община Русе, назначени по оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“. Младежката гаранция, която ще влезе в сила от 1 януари 2014 г. предизвика голям интерес сред участниците. Тя предвижда всеки завършил училище или университет, който не е успял до 4 месеца да си намери работа, да получи предложение за такава или пък за стаж и квалификация.

Заглавие: Младежката заетост във фокуса на информационна среща в Русе

Подзаглавие:

Автор:

Текст: 35 младежи на възраст до 29 години се включиха във форум, посветен на младежката заетост, организиран от ОИЦ-Русе. Част от тях са стажанти в Община Русе, назначени по оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“. Младежката гаранция, която ще влезе в сила от 1 януари 2014 г. предизвика голям интерес сред участниците. Тя предвижда всеки завършил училище или университет, който не е успял до 4 месеца да си намери работа, да получи предложение за такава или пък за стаж и квалификация.

Преди дни Европейският съюз заложи в бюджета си между 6 - 8 милиарда евро за борба срещу младежката безработица. Сумата, чиито размер не е уточнен ще се насочи към страните и регионите, където младежката безработица е най-висока. По предварителни разчети България ще получи близо 100 млн. евро за справяне с младежката безработица в следващите няколко години.

Русенските младежи питаха дали се предвиждат други програми за стажуване, от които да могат да се възползват и в бъдеще. Част от тях харесват работата си в администрацията и искат да продължат да бъдат част от екипа на съответните звена. Грантовите схеми, предоставянето на ваучери и финансовите инструменти, които се залагат като възможни източници на финансиране на проекти по ОП „Иновации и конкурентоспособност“ след 2014 година също бяха интересни за аудиторията. На 9 юли 2013 г., от 10 ч., в актова зала „Галерия Академия“ на Художествената академия в София ще се състои публична дискусия на тема „Имат думата младите“. Дискусията се инициира от заместник-министър председателя и министър на правосъдието Зинаида Златанова.

Дата: 05.07.2013

Източник: www.computerworld.bg

Връзка:

http://computerworld.bg/43997_cbn_69_erp_integratora_rabotyat_v_50_vertikalni_industrialni_segmenta

Брой думи: 208

Резюме: В България се предлага ERP софтуера на 27 международни и български доставчика. Успешни ERP проекти са изпълнени в компании от 50 вертикални индустриални сегмента, базирани в 106 населени места в България. Това показват резултатите от XIX поредно годишно национално проучване „ERP пазарът в България: 1996 - 2013 (прогнози)“ на агенцията CBN - Pannoff, Stoytcheff & Co.

Заглавие: CBN: 69 ERP интегратора работят в 50 вертикални индустриални сегмента

Подзаглавие:

Автор:

Текст: В България се предлага ERP софтуера на 27 международни и български доставчика. Успешни ERP проекти са изпълнени в компании от 50 вертикални индустриални сегмента, базирани в 106 населени места в България. Това показват резултатите от XIX поредно годишно национално проучване „ERP пазарът в България: 1996 - 2013 (прогнози)“ на агенцията CBN - Pannoff, Stoytcheff & Co.

Проучването показва, че към средата на 2013 г. у нас има 69 системни интегратора, които предлагат услуги по внедряване на ERP системи на общо 27 международни и български доставчика. Най-многобройни са интеграторите, предлагащи ERP системи на Microsoft, Oracle и SAP.

„Ясно се вижда, че в някои вертикални индустриални сегменти започват да се очертават интегратори-лидери по брой на реализирани успешни проекти с пазарен дял до над 20-25% – коментират от CBN в блога си. – Това осигурява известно предимство на следващите клиенти, които могат да използват опита, натрупан с годините и успешните проекти.“

Аналогично е положението и при вендорите, според агенцията. „Определени вертикални решения на някои водещи вендори дори достигат до 45-50% пазарен дял от успешните ERP проекти“, пише в блога.

В CBN смятат, че тази и миналата година пазарът на ERP у нас е бил положително повлиян от процедурата за безвъзмездна финансова помощ по *Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ (ОПРКБИ)*.

Дата: 05.07.2013

Източник: www.burgasinfo.com

Връзка: <http://www.burgasinfo.com/news/view/3/40976/>

Брой думи: 907

Резюме: Иван Димитров е собственик и управител на ЛЕО – Бетонни изделия. Преди седмица бургаската фирма навърши 20 години от съществуването си. Нейна собственост е най-големият завод за бетонни изделия в Източна България, а по производство на дребноразмерна бетонова продукция ЛЕО е №1 в страната в последните няколко години.

Заглавие: Първите си плочки продадох в село Рудник

Подзаглавие:

Автор:

Текст: Иван Димитров е собственик и управител на ЛЕО – Бетонни изделия. Преди седмица бургаската фирма навърши 20 години от съществуването си. Нейна собственост е най-големият завод за бетонни изделия в Източна България, а по производство на дребноразмерна бетонова продукция ЛЕО е №1 в страната в последните няколко години.

- - Г-н Димитров, много или малко са 20 години?

- - Като си спомня откъде тръгнахме, през какви перипетии и проблеми преминахме, ми се виждат много. Но 20 години са и малко, защото не ни стигнаха да развием всички идеи, които имаме. Благодаря на всички, които ни гласуваха доверие през тези години – партньорите ни, клиентите, приятелите, всички бургазлии, които се разхождат по нашите плочки – без тях нямаше да успеем.

- - Кое е първото, което ви идва наум, когато се сетите за тази годишнина?

- - Че малко направихме за тези 20 години. Сравнявам се с колеги, които са постигнали много в нашия бранш в Европа. Но пазарът тук не е такъв, какъвто е там, ценовите равнища са ниски. Най-ниска цена се залага като критерий и при обществените поръчки, което е неправилно, защото се подбива качеството. Печалбата е минимална и трудно се инвестира в нови производства. В Румъния цените са по-високи, в Гърция също. Само ние тук мислим, че можем да направим нещо хем евтино, хем качествено.

- - Тази ситуация не е ли плюс да реализирате добър износ?

- - Бетонните изделия са много тежки и разликата в цените тук и навън се компенсира от разходите за транспорт, не е рентабилно. Изнасяли сме в Румъния, Сърбия, Гърция, но това по-скоро беше за престиж, отколкото постоянна тенденция. Но спокойно мога да кажа, че сме „завзели“ цяла България. Няма кътче на страната, където нашите изделия да не са стъпили. Това се дължи най-вече на клиентите ни, които за 20 години са почти същите. Не са отишли при конкуренцията, което за нас е много важен показател. Едва ли сме били перфектни, но сме се старали дори да сгрешим някъде, да се поправим. Дори и преди кризата в строителния бранш се стараехме да поддържаме старите клиенти, отколкото да се втурваме да печелим нови.

- - Назовете няколко цифри, които да характеризират тези изминали 20 години.

- - 2 – с толкова души започнахме в началото. Следващата година станяхме 4. Сега работниците ни са 70. Преди правехме 50-60 кв.м изделия на ден, сега са над 2000 кв.м. От 2000 г. заемаме водеща позиция в целия Югоизточен район. 2005 – това е годината, в която купихме първата машина за вибропресовани изделия. Сега масово производителите са с такива машини, но те не са автоматизирани и качеството зависи от оператора. Няма как да не спомена 2011 – открихме първия завод за бетонни изделия, изцяло автоматизиран, който издига качеството на много високо ниво, защото човешката грешка е изключена.

Първият ни клиент беше фирма „Мидия“, с която продължаваме да поддържаме коректни отношения. Тя бе главен изпълнител на строежа на нашия завод. А първия частен клиент беше от село Рудник. Там продадохме 600 плочки.

- - Кое ви прави различни от останалите?

- - Първо - мощностите на завода. Такива заводи като нашия има само два в София, напълно автоматизирани. Но нашият е най-нов, последна дума на техниката. Огромен наш плюс е собствената лаборатория за изпитване на продукцията, която открихме през 2009 г. Всеки производител трябва да има подобна практика – като правиш нещо, да го тестваш всеки ден, за да знаеш какво правиш. Иначе нямаш поглед и работиш на сляпо. Лабораторията изпитва изделията на якост, мразоустойчивост, водопопиваемост, изтриваемост. Имаш поръчки за изпитване от общини, от частни клиенти – хората искат да знаят какви настилки поставят и дали са качествени.

- - В България е широко разпространено мнението, че за да успееш в бизнеса, трябва да си нечий човек. Вие чий човек сте?

- Ще отговаря с факти. Три пъти сме кандидатствали по *програма „Конкурентоспособност“* да си купим техника и да си построим завод и не сме били одобрявани. От 10 години чакаме да си купим държавен терен, за да разширим завода, да създадем работни места и пак не успяваме. Помощ не сме видели от никого, особено от държавата. Молили сме за съдействие държавната администрация, но още така си чакаме. Иначе казват, че насърчават инвеститорите, които създават работни места. Аз и мои колеги, които се занимаваме с бизнес, много добре знаем какво е истинското положение. Работим с най-големите фирми в страната в строителния бранш, но отношенията с тях са партньорски, никой не е човек на никого.

- - Вие сте възпитаник на Строителния техникум в Бургас, чиито ученици сега идват на практика във Вашия завод. Смятахте ли тогава, че ще стигнете толкова далеч? Вярвате ли, че някое от тези деца един ден може да Ви е конкуренция?

- - Чисто наивно и по детски смятах, че ако някога постигна някакъв успех, мога да направя нещо добро за училището, което ми е дало основа. Това бяха детски фантазии, но ето, че сега се реализират. Смятам, че всеки, който се развие в бизнеса си, трябва да даде нещо от себе си на обществото, да се занимава с някаква благотворителност, макар и без да я афишира. Ситуацията сега е такава, че свободните ниши на пазара са малко и те се заемат бързо, бизнесът се окрупнява, но невъзможни неща няма. И тези деца, които идват на практика тук, съвсем спокойно някое от тях може да стане мениджър на голяма фирма, да постигне добри резултати, после да стане съдружник. Човек трябва да е оптимист, да вярва в себе си и да мечтае.

Дата: 05.07.2013

Източник: www.24chasa.bg

Връзка: <http://www.24chasa.bg/Article.asp?ArticleId=2122158>

Брой думи: 2136

Резюме: С министъра на икономиката и енергетиката Драгомир Стойнев разговаря Марияна Бойкова - Г-н Стойнев, седнахте на най-горещия стол в държавата - на министър на икономиката и енергетиката. Не смятате ли, че той ще ви "изпържи" като политик?

Заглавие: Драгомир Стойнев: Енергетиката е като стая с барут, в която човек държи запалка

Подзаглавие:

Автор: Марияна Бойкова

Текст: С министъра на икономиката и енергетиката Драгомир Стойнев разговаря Марияна Бойкова - Г-н Стойнев, седнахте на най-горещия стол в държавата - на министър на икономиката и енергетиката. Не смятате ли, че той ще ви "изпържи" като политик?

- Един от големите специалисти в енергетиката дойде и ми каза още в първите дни от мандата ми: "Г-н Стойнев, в момента сте в положението на човек, който се разхожда със запалка в стая, пълна с барут." Разбира се, сравнението е силно, но актуалната картина в енергетиката е изключително усложнена - омагьосан кръг на огромна вътрешна задлъжнялост по веригата ресурси - производители - НЕК, дисбаланси производство - потребление, силно ограничен износ заради таксите "пренос" и "достъп".

Заварихме един модел на ценообразуване, в който категорично липсваше баланс и който реално щеше да доведе до скок в цената на електроенергията. В личен план не съм притеснен. Мога да нося отговорност. Ако сега не се промени системата, тя може да се срина. А тя е изградена с парите на българските граждани, трябва да служи на тях.

- Според вашите наблюдения сега на кого служи?

- Моето лично мнение е, че през годините тя по-скоро е служила на различни интереси, които са заявявали, че работят за българските граждани.

- Какво обаче видяхте вие в енергетиката до момента?

- Виждам система, блокирала от задлъжнялост, управлявана неефективно, в която липсват инвестиции, а ремонтите са правени на хартия. Но виждам и система, която дава хляб на десетки хиляди домакинства и в която има огромна несигурност, защото е липсвала посоката. Няма как, след като в продължение на година и половина не се изнася електроенергия, когато няма финансов ресурс, ние да искаме подобряване на състоянието на дружествата в енергетиката.

Смятам, че в някои от предприятията целенасочено е водена политика на отказ от реформи с цел изваждането им от активите на държавата. Пример за мен са мини "Марица-изток". В продължение на четири години цената на въглищата не е била увеличавана, дори е била намалявана. В дружеството през годините е поддържан огромен недостиг на средства, което го дърпа назад и в инвестиционен план, и в производствен план. Ето ви част от омагьосания кръг, за който говоря.

Успяхме да стабилизираме ситуацията там и сме в диалог с миньорите. Те разбраха, че промените в Закона за енергетиката ще подпомогнат износа на ток, оттам - натоварване на мощностите и съответно натоварване на работата в мините.

- Преживели сме две енергийни стратегии, в първата имаше график за поскъпване на тока, във втората, от 2010 г., каквото и да беше записано, се срина, защото в нея не бяха предвидени 1700 мегавата фотоволтаици, а те се случиха и образуваха дупка от 1,5 млрд. лв. в енергетиката. Накъде ще тръгне новата?

- Целта е баланс. Но да не бъдем късогледни - ние трябва да сме наясно какви ще са нуждите и какъв - пазарът след 20 години. Затова, преди да пишем поредния документ, трябва да бъде направен много детайлен анализ и прогноза. В момента министерството подготвя доклад за състоянието на енергетиката, който ще представим в Народното събрание.

Но не само това, аз искам да дебатираме по него с обществените организации, с бизнеса, с потребителите. Всички трябва да са наясно, а не да се учудваме през ден какво сме заварили. На негова база ще направим и стратегията. Призовавам всички политически партии, включително извънпарламентарните, и граждански организации да влязат реално в дискусиата.

- Сменихте почти всички ръководни екипи в енергетиката. Защо?

- Енергетиката е специфична сфера. Тук трябва експерти с опит, а не политически назначения. Това е разликата ни с ГЕРБ. Политическите назначения са рискови. Аз съм подбрал хора, които са наясно с работата и проблемите в отделните дружества, могат да управляват и технологични процеси, и кризисни ситуации.

- Има спорни назначения, г-н Георги Христозов за шеф на борда на БЕХ например. Прокуратурата ви изпрати постановление.

- Постановлението се отнася до времето, в което е бил директор на "Марица-изток 2" и е имал издадено разрешение за достъп до определено ниво на класифицирана информация. Сега той е член на съвета на директорите на БЕХ и е в компетентността на служителя по сигурността на информацията на дружеството да прецени и провери кой какъв достъп до класифицирана информация трябва да има.

- Вие по-скоро бяхте със социално амплуа, стояхте далеч от енергетиката и съответно от кръговете там, така ли е?

- Вярно е, че в 41-то народно събрание бях председател на комисията по социална политика, но преди това бях икономически съветник на Сергей Станишев, когато беше премиер. Работата с него и с останалите министри от кабинета му даде отражение на бизнес климата в страната. Много от тогавашните проекти изпълнявахме заедно с Пламен Орешарски, тогава финансов министър. Смятам, че това е повлияло на избора му. А що се отнася до енергетиката - на нея трябва безпристрастност.

- След неделя, когато говорихте за енергетиката, може да се каже че отворихте първия плик от онзи стар виц на г-н Орешарски. В него пише "прехвърли вината на предишните".

- В неделя се навърши един месец от встъпването ми в длъжност. Когато влязох в министерството, казах, че няма да използвам тактиката да се оправдавам с предишните, но обещах и прозрачност. В първия месец избрах да действам повече и да говоря по-малко. Подкрепих важните промени в закона, по които цял месец слушахме коментари, които ги оспорваха.

И си дадох сметка, че обществото всъщност не е наясно със състоянието на сектора и затова не разбира докрай нашите мерки. Показах какво е наследството. А то наистина е стряскащо. Не е нормално, когато един проект е спрял, отново да има разходи по него

Не е нормално да сме наясно, че Европейската комисия още през януари е завела дело срещу страната ни в Европейския съд заради това, че не сме въвели третия енергиен пакет и свързаните с него директиви, и да не правим нищо.

Комисията официално обяви, че е поискала от съда да наложи на България дневна глоба от 8500 евро. Съдебно решение обаче още няма. Преносът на електроенергия трябваше да бъде отделен от системния оператор, т.е. НЕК от ЕСО, още на 1 март 2012-а - преди повече от година. Истината е, че предишните управляващи не са си свършили работата - акциите на ЕСО са отписани от НЕК, но не са вписани в БЕХ. Два дни преди да встъпя в длъжност, се сменя ръководството на ЕСО. Освен това по разделянето е работил и консултант, който не си е изпълнил ангажимента докрай и чийто договор изтече преди броени дни.

Къде е бил контролът от страна на държавата? Целяло ли се е да се блокира системата и защо? Това са моите въпроси, на които в отговор получих само обяснението, че от утре не сме били заплашени от санкции. Дано въобще да няма санкции, но е възможно и да има. Това, което аз поех като ангажимент, е до три месеца разделянето да бъде факт.

- Казусът със строителния надзор на АЕЦ "Белене" - служебният министър Асен Василев ви опроверга, че той го е подписвал. Така ли е?

- Възложил съм проверка. Проектът "Белене" бе официално замразен през март 2012 г. След тази дата обаче е продължило действието на документи, които осигуряват услуги от страна на архитект-инженера. Това се е случвало по време и на двамата ми предшественици на поста - от служебния кабинет и от кабинета на ГЕРБ. Имали са възможност да ревизират, но не са го направили. Когато проверките приключат, ще имате информация.

- Правите проверки и след това направление - прокуратурата, така ли?

- Ако се налага, да.

- "Набуко" умря, да живее "Южен поток", така ли стана?

- Не трябва да прибързваме и да зачеркваме "Набуко уест", можем да търсим находища за него, но газът от "Шах Дениз 2" ще ни заобиколи и естествено, аз съм разочарован. Бяха направени много усилия, България беше активен играч. За съжаление, избра се "Трансадриатическият газопровод". Смятам, че сега трябва да засилим изграждането на междусистемните връзки България-Гърция, България-Турция. В края на 2008 г. започнахме работа по тях, времето минава, а резултати няма. Колкото до "Южен поток", той е стратегически проект за България и много важен проект в икономически план. Имаме план за

действие и по него се работи активно. Но важното е да има конкретен резултат от диалога Европейски съюз-Русия за достъпа на трета страна до тръбата.

- Колко политическа нестабилност би понесла българската икономика?

- Икономиката не би понесла безвремие. На практика от февруари до юни бе един период на вакуум за икономиката ни. Ако не се даде шанс на това правителство да работи, ще бъде пагубно за икономиката. Защото, ако в момента тръгнем към поредни предсрочни избори, няма как да подпишем споразумение с ЕС за следващия програмен период. Не забравяйте, че в момента сме в бюджетен процес, месеците август-септември са ключови за подготовката на новия бюджет.

Една оставка ще доведе до хаос. Протести има и в други европейски страни, в Европа има една нова реалност и правителствата много бързо трябва да бъдат готови да разговарят по нов начин с гражданите си. И двете страни в този разговор обаче е нужно да са наясно, че носят отговорност икономиката да не спира. Инвеститорите са чувствителни.

- Ами то май и сега инвеститорите ги няма?

- Щеше да е хубаво инвестициите да се случват в рамките на месец. За инвестиции трябва последователна политика, прозрачност в икономиката, воля срещу корупцията, работещи държавни системи. Министър-председателят предложи в парламента краткосрочен план, който бе гласуван - за подобряване на бизнес климата, мерки в социалната сфера и за повече демокрация в държавата. По всички мерки има реален напредък и това е първият знак към инвеститорите.

- Какви са мерките за бизнес средата?

- Една от първите срещи на премиера, в която и аз участвах, бе с работодателски организации, със синдикати, неправителствени организации, а темата бе намаляване на разрешителните и лицензионните режими.

- Стартирал ли е този процес?

- Да, в най-скоро време работната група ще предложи на парламента или изцяло да премахне режимите, или да ги опрости. В момента има около 1200 режима, голяма част от които са свързани с европейското законодателство. Това пречи да бъдат премахнати, но могат да бъдат опростени. България трябва да спре с крайностите - хармонизирането с европейското законодателство е задължително, но в този процес винаги има възможност за зачитане и на националния интерес. И нещо важно - това правителство наистина възнамерява да се разплати с българския бизнес.

- При такава дупка в бюджета от 2,5 млрд. лв. как ще се разплатите?

- Неслучайно министърът на финансите каза, че ще има актуализация на бюджета, най-вече в приходната част. Ще се справим и ще се разплатим, защото бизнесът има нужда от финансов ресурс. Но от друга страна, не е нормално бизнесът да черпи единствения си финансов ресурс от обществените поръчки.

- Много малки и средни предприятия през последните години фалираха. Само чрез Банката за развитие ли ще ги подпомагате?

- На този етап нямаме друга финансова институция, през която да им помогнем. Но готвим промени в Закона за обществените поръчки, които ще ги направят по-достъпни и прозрачни. Обсъждаме и електронен регистър, който да облекчи кандидатстването и в който да се поддържа актуална информация за фирмите, а не те всеки път да подават едни и същи документи и да плащат нови такси.

Всъщност таксите станаха основен ресурс на неданъчни приходи, защото предишното правителство не можеше да събира данъчните.

Те са непосилни за българския бизнес. Публична тайна е, че се е стигало до абсурда служители на НАП да имат план-график по колко глоби на ден трябва да правят, за да се пълни хазната. Ние обещахме, че ще спрем този рекет.

- С **програма "Конкурентоспособност"** какво се случва?

- Предишните управляващи се хвалеха с нея - колко голяма е усвояемостта. За технологична модернизация на малки и средни предприятия - най-търсената мярка от бизнеса, са сертифицирани проекти само за 26% от средствата, за иновации са одобрени едва 4,19%. Има реална опасност да бъдат загубени 30 млн. евро, а за догодина - 60 млн. евро, но смятам, че с новия екип няма да допуснем загуба на средства. Първата ми работа като министър бе много бързо да разпоредя забавеното изплащане на 25 млн. лв. по одобрени проекти.

В момента подготвяме втори вариант на рамката на **програмата** за следващия програмен период, защото първата концепция не е одобрена от бизнеса, но въпреки това е предложена от предишното правителство. Задължил съм управляващия орган да се срещне с всички

работодателски организации и по браншове. Вече са направени срещите, имаме предложенията, на 11 юли публично ще бъде представена новата концепция.

- Имате си и вицепремиер, който да отговаря за икономическите министерства, г-жа Даниела Бобева. Как работите?

В прекрасни отношения сме. Тя ще координира икономическата политика. Оказа се, че в много наши намерения имаме единомислие. Например - за икономизиране на външната политика, да търсим пазари към бързоразвиващи се икономики в Близкия и Далечния изток, бившите съветски републики и Северна Африка. Работата на търговските ни представители да бъде оценявана не само от министерството, но и от бизнеса. Те могат да бъдат предлагани от бизнеса. Възложил съм на екипа да направи преглед на добрия европейски опит и да предложи промени в работата на търговските ни представителства.