

ПРИСТА

КОРПОРАТИВНО ИНФОРМАЦИОННО ИЗДАНИЕ

Януари / Април 2014



Списание ПРИСТА

вече на **10** години

PRISTA Magazine celebrates 10 years





гр.Смолян, бул.„България„ №90
тел.: 0301/63 225, факс: 0301/63 096
моб. тел.: 0885515118 / 0885515159
e-mail: anri_64@abv.bg



ЕТ "Анри-64"

**20 години търговска дейност
с висококачествени горива
и надежден партньор
във всички региони на страната.**

Търговия с горива на едро, бърза доставка,
гъвкаво ценообразуване и гарантирано качество.

Търговия с горива на дребно чрез собствена
верига от бензиностанции - отстъпки
за всички клиенти и допълнителни бонуси.

Търговия със смазочни материали
и акумулатори, директно
от производителите - промоции,
доставка до клиента
и гъвкава логистика.



Списание Приста вече на 10 години

В края на март 2014 година се навършиха 10 години от издаването на първия брой на корпоративното издание Приста. Този факт представлява своеобразен рекорд със сигурност за България като продължителност във времето и отразява една последователна и стабилна политика на висшия мениджмънт, независимо от промените по отношение на стратегия и развитие на компанията.

В самото начало то стартира в сравнително малък обем и в основата си ползва опита на корпоративното издание на Тексако.

Всъщност беше изключително приятно, когато служители от българския офис прочетоха за колегите си от Букурещ, с които работят от година и ги видяха как изглеждат, защото контактите бяха единствено и само по телефона.

Периодичността на издаване бе променлива и отчиташе темповете на развитие на компанията, като най-дълго време това беше всеки месец.

Предвид на бързото и глобално навлизане на интернет в живота и в бизнеса, в момента то излиза само в електронен вариант.

Списанието изпълняваше няколко цели. Освен за създаване добър имидж на фирмата пред търговци и клиенти, то „Приста“ много спомогна за осъществяване на по-добрата вътрешна комуникация, особено за централния офис и завода със задграничните структури.

Приста се превърна в един от сигурните канали за вътрешно-фирмена комуникация. Много често новини от „кухнята“ на компанията не достигат до служителите от различните локации, затова изданието се превърна в полезен

на платформа споделяне на новости, за процедури и политики, планове за развитие и представяне на нови колеги. Корпоративните списания са доказали своята полезност и са един от непреходните примери за добра практика във вътрешно фирмените комуникации. Тази тяхна полезност се измерва не само като достоверен източник на информация, но и като един от основните немонетарни фактори за мотивация на персонала. Липсата на навременно и достоверно действие на информационните канали действа демотивиращо и стресиращо, което от самосебе си повлиява и на имиджа на компанията пред клиенти, партньори, акционери и служители.

Приста във времето бе добър канал и за промотиране на продуктите, разнообразието на които изискваше и добро представяне.

Корпоративното издание стигаше до 5000 клиенти на Приста ойл - собственици на фирми, мениджъри, автоцентрове за смяна на масла, сервиси.

Добрият имидж, който „Приста“ успя да изгради във времето, позволи на фирми, партньори на Приста ойл, да участват в търгове, презентирайки се с материал, в който са представени като добра практика или пример за добро партньорство.

Корпоративното издание участва и медийния конкурс „Златен чадър“ в курортния комплекс „Албена“. Всъщност липсата на категория, в която да бъде включено в надпреварата за призове не позволи да грабне заслужена награда, но направи добро впечатление на участници и най-вече - на националните ежедневници, отразяващи събитието.

Приста успя да отразява широко и всички дейности, свързани с подкрепа на дружеството на различни спортове в национален мащаб - автомобилизъм, тенис на маса, гребане, силови спортове и др. Без съмнение този имидж носеше повече и по-голяма популярност на компанията като радетел на успешното развитие на професионалния спорт в страната.

4

Приста ойл гледа обнадяващо към либийския пазар

5

Стратегическото партньорство една добра възможност за растеж

6

Интензивното развитие на „Приста ойл Холдинг“ ЕАД след 2005 г. превърна компанията в експортно ориентирана

9

Приста ойл финализира изпълнението на сделка за 11,3 млн. щатски долара с Р. Йемен

10

Тивадар Рунтаг - групов мениджър продажби и маркетинг на „Приста ойл Холдинг“ ЕАД

13

„Приста ойл Холдинг“ ЕАД отчита ръст от 500 процента в оперативната си печалба за 2013 г.

17

**ЕНЕРГЕТИЧНИ МАСЛА
PRISTA® Tps - 32
и PRISTA® Tps - 46**

20

20 години Анри 64 в неизменно партньорство с Приста ойл

24

**Течности топлопренасящи
нискозамръзващи
Eco Heat Fluid**



Р. Николаев
Гл. редактор

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

Албена Иванова - Василева
консултант

Предпечат:
 Метална база
РУСЕ ПРЕС

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

Приста ойл гледа обнадещаващо към либийския пазар



Изпълнителният директор на Приста ойл холдинг Цветомир Анастасов бе на едноседмична бизнес визита в Либия.

От 1 до 6 януари т.г. той имаше делови срещи в Триполи с представители на държавния и частния бизнес.

В рамките на посещението Анастасов е представил възможностите на Приста ойл пред специалистите на Министерството на отбраната на Либия за производство и доставка на моторни и индустриални масла.

За отбелязване е фактът, че българската компания е включена в специален списък, който дава възможност на включените в него компании да участват в търгове за

доставка на смазочни продукти за либийската армия. За сериозността на този предварителен допуск става ясно от критериите, които се предявяват към потенциалните участници в предстоящи търгове. Компаниите трябва да докажат производствени възможности, качеството на произвежданите продукти, както и на суровините за тях. Не по малко по важност е изискването за представяне на референции от други големи клиенти, доказващи репутацията на фирмата.

Този предварителен кръг за одобрение включва изисквания за наличие на акредитирана лаборатория. От либийска страна се проявява интерес и относно квалификацията

на персонала, наличие на сертификати за внедрени системи за управление на производствените процеси.

Идентични са изискванията и от страна на Националната петролна компания National Oil Corp NOL. В разговорите си с експерти от компанията Анастасов е срещнал задоволство от страна на потенциалните партньори на Приста ойл след представяне на производствения потенциал и технологичните възможности на българския лидер в тази област.

Въпреки напрегнатата ситуация в арабската държава, Приста ойл има реална възможност да отговори на потребностите на либийския пазар за смазочни продукти, разчитайки на своите конкурентни предимства, заяви Анастасов.

Посещението му в Либия всъщност е продължение на начертаната вече стратегия за изнасяне на готова продукция в страни извън ЕС, както вече се извършват сделки с държави от Близкия Изток.

Стратегическо партньорство: една добра възможност за растеж

Като част от развиващото се сътрудничество, екипите на Приста ойл и Chevron взеха участие в работна среща на тема "Маркетинг и продажби"



Делегати от Prista и Chevron участваха заедно в целодневен семинар в Русе на 1-ви април. Целите са на срещата бяха: да се направи преглед на постигнатите досега резултати в бизнеса, да се намерят възможности за бъдещ растеж и по-нататъшно засилване на сътрудничеството. Взети бяха бързи и прозрачни решения за споделените роли и отговорности.

Отборите идентифицираха нови възможности за търговия, а също така няколко бизнес компетенции в региона на Prista, едни от които са „Navoline Workshop Programme“ и приложението „Reliability based Lubrication“, което е фокусирано да подпомогне продажбите в сферите

на металообработването и обслужването на газови двигатели.

Prista Oil беше представена от директорите на филиалите на компанията и мениджърите продажби, които активно предлагат продуктите от портфолиото на Техасо. Делегатите от страната на Chevron бяха г-н Кристофър Дайър (мениджър експортни продажби) и регионалните мениджъри на компанията. Участниците потвърдиха, че партньорството Prista - Chevron е печелившата стратегия в региона. „Вдъхновен съм от това събитие да организираме редовни дистрибуторски съвети“, каза г-н Дайър. „Днес е ново начало на нашето партньорство и аз съм щастлив да бъда част от него“, добави

той.

По-късно вечерта изпълнителният директор на Prista oil бе домакин на екипите в ресторант Левент, където участниците в срещата се зарадваха на българското гостоприемство и се насладиха на отличната селекция местни вина.





Интензивното развитие на „Приста ойл Холдинг“ ЕАД след 2005 г. превърна компанията в експортно ориентирана

Развитие на мултибранд стратегия за продажби, дистрибуцията и производството на масла под марката TEXACO водят до съществено подобрене на финансовия резултат на компанията

1. Особенности на пазарите където оперира „Приста ойл Холдинг“ ЕАД.

Пазарът на произвежданите от „Приста ойл Холдинг“ ЕАД смазочни масла е бранд ориентиран, т.е. е силно зависим от потребителското възприемане на марките под които тези масла се продават. Поради тази причина, компанията е принудена да използва специфични търговски техники за създаване на пазарен дял в страните където оперира. В началния период на развитие (1996-2005) „Приста ойл Холдинг“ ЕАД продаваше основно под собствената си търговска марка **PRISTA**, като сравнително неголеми обеми бяха реализирани по договора за дистрибуция с CHEVRON TEXACO. Този период условно може да бъде определен като период на екстензивно развитие на продажбите.

При екстензивния етап от развитие на продажбите компанията навлиза на даден пазар давайки приоритет на ценово ориентирани продукти предназначени за индустриални клиенти. Това е така тъй като:

Индустриалните клиенти изис-

кват лабораторен анализ и сертификати на маслата, независимо от техният бранд. По такъв начин продуктите **PRISTA** могат успешно да се конкурират с други утвърдени на съответния пазар марки като SHELL, CASTROL и др.

Използването на по-евтините базови масла доставени от Русия, Украйна и страните от ОНД дават недостижимо ценово предимство на предлаганите от „Приста ойл Холдинг“ ЕАД продукти.

Продажбите на ценово ориентирани смазочни масла постепенно налагат имидж на марката **PRISTA** като относително по-евтини, но със съпоставимо качество продукти.

Екстензивният етап се характеризира както с ръст на продажбите, така и с увеличение на вземанията от клиенти от една страна и задълженията към доставчици и други кредитори финансиращи оборотния капитал, от друга страна.

След като бъдат създадени пазарна ниша и търговски имидж, базирани главно на ценово ориентирани продукти, започва втория интензивен етап в който продажбите се реструктурират чрез увелича-

ване на относителния дял на пакутираните по-рентабилни моторни масла за сметка на наливните индустриални.

При продажбите на този вид продукти следва да се има предвид, че клиентите им са основно клиенти „на дребно“ т.е. те нито са в състояние, нито е целесъобразно за тях да извършват анализ на маслата, които купуват, поради което критерий за избор е марката и търговския й имидж. Пазарът на този вид продукти се характеризира с:

- Относително висока норма на рентабилност на продажбите;
- Устойчивост на пазарния дял и не особено силна чувствителност към конюнктурните колебания в цените на базовите масла от които се произвеждат.

2. Реструктуриране на продажбите на „Приста ойл холдинг“ ЕАД в интензивния етап от развитието им.

Интензивният етап от овладяването на заетите пазарни ниши се осъществява чрез реструктуриране на продажбите в следните направления:

- Увеличаване на относителния дял на моторните пакетирани масла с марката **PRISTA**®;

- Внедряване на нови продукти;

- Развитие на мултибренд-стратегия за продажби.

Увеличаване на продажбите на пакетирани моторни масла PRISTA®.

Продажбите на подобни продукти, както вече е известно, са ориентирани към клиенти „на дребно“ и изискват създаването и разработването на специални канали за реализация.

Такива канали за реализация могат да бъдат:

Бензиностанции откъдето клиентите освен горива купуват и масла за автомобилите си.

Специални пунктове за смяна на масла, както и оторизирани фирмени сервиси за ремонт и поддръжка.

Бензиностанциите са традиционно за България място откъдето успешно могат да бъдат продавани моторни масла.

Специалните пунктове за смяна на масла и специализираните сервиси за ремонт и гаранционно обслужване на автомобили са друг канал за продажби който „Приста ойл Холдинг“ ЕАД развива от 2005 година. По тази програма са оборудвани над 230 пунктове за смяна на масла.

Внедряването на нови продукти е свързано със съществуващото им пазарно търсене и липсата в определен начален етап на достатъчно предлагане. Това дава възможност за бързо овладяване на пазарната

ниша и предимство пред конкурентните производители или доставчици.

Такъв продукт, чието производство е внедрено в началото на 2009 година е AdBlue®.

Развитие на мултибренд стратегия за продажби.

„Приста ойл Холдинг“ ЕАД и дъщерните ѝ дружества са дистрибутори на смазочни масла TEXACO за следните държави: България, Сърбия, Унгария, Словакия, Украйна, Казахстан, Узбекистан и Чехия. Освен това „Приста ойл Холдинг“ ЕАД произвежда и определени продукти за TEXACO които се продават в Румъния.

Дистрибуцията и производството на масла под марката TEXACO водят до съществено подобрение на финансовия резултат на компанията поради високата норма на рентабилност. „Приста ойл Холдинг“ ЕАД има партньорски отношения с TEXACO от 2000 година. Тогава TEXACO придоби 25% от капитала на компанията. През 2011 г. „Приста ойл Холдинг“ ЕАД придоби 50,1% от капитала на UZTEXACO. В резултат на това бе регистрирано дружеството UZPRISTA където партньор е държавната Узнефтепродукт - с 49.9% от капитала.

УЗПРИСТА (предишна UZTEXACO) произвежда смазочни масла за вътрешния и външния пазар като ползва суровини от петролната рафинерия във Фергана (Узбекистан). За изминалата 2012 година са произведени 12 173.77 тона смазочни масла, съществена част (37.4%) от които е изнесена в съседни държави. Основното предимство

е, че местният пазар приема продукцията като EU origin т.е. **PRISTA**® е възприет като високо-качествен A brand продукт.

Всъщност това е част от настоящата пазарна стратегия на „Приста ойл Холдинг“ ЕАД, която в най-общ план се състои от следните инициативи:

- Излаз на пазари на които продукта се възприема като EU origin позволяващ постигането на по-висок марж - това са пазарите на Средна Азия и Близкия изток;

- Участие в търгове в Близкия изток: Алжир, Йемен;

- Придобиване на дистрибуторски права за високо-маржови брендиранни продукти - (TEXACO) в това число и чрез придобиване на дистрибуторски компании контролирани от CHEVRON. През 2013 бяха придобити Chevron Czech sro и Chevron Romania Srl.

- Дистрибуция на специални продукти и трансформаторни масла на ERGON Jackson MS USA с който „Приста ойл Холдинг“ ЕАД има договор за дистрибуция.

Интензивното развитие на „Приста ойл Холдинг“ ЕАД след 2005 година превърна компанията в експортно ориентирана.

Д-р ик. Чавдар Данев

ПРИСТА

Година 2, бр. 4



на финансова година
тата лаборатория за нефтопродукти
лиза на пазара, нови облаковиди
с стратегия за пазара на масла
кич Тим - спортен календар 2005 г.



ПРИСТА

Година 2, бр. 9

- Новият облик на Приста ойл
- Пламен Бобоков: „Почват фалити на рафинерии“
- Техасо - най-големият доставчик на TOYOTA Hellas



ниджърите на първа среща в Русе
зраства се пазарът на масла в Румъния
ни тенденции в разпитието
горните масла
мира-00Д в нов дом



Автоцентър ОМАКС
Мартин Чой
в световния пистов шампионат



Приста ойл финализира изпълнението на сделка за 11,3 млн. щатски долара с Р. Йемен

„Приста ойл Холдинг“ ЕАД изпълни последната фаза от договор за 11,3 млн. щатски долара с военното министерство на Република Йемен в края на м. март.

Договорът бе подписан през 2011 година след конкурс и сериозна конкуренция със световни лидери в производството на смазочни продукти.

Сделката предвиждаше изпълнение на три етапа, като първите две експедиции бяха извършени през 2012 г.

През март т.г. Заводът за смазочни продукти в Русе произведе моторни масла за йеменската армия за 3 млн. долара, като в продуктите присъстваха и греси.

Маслата са предназначени за моторни и дизелови двигатели, както и за трансмисии.

Определено мога да заявя, че съм изключително доволен от качеството на продуктите, които Приста ойл произвежда. При изпълнението на първите два етапа от сделката продуктите показаха на практика доброто си качество в реални експлоатационни условия. Тех-



никата не показва необходимост от доливане или други често срещани отклонения при работата на дизеловите и бензинови двигатели. Това заяви приемчикът д-р Мохамед.

Йеменският представител на военното министерство следеше и контролираше пряко производствения процес, лабораторните анализи и експедицията на готовата продукция.

Намирам пълно съответствие между представените сертификати

и качеството на произведените от Приста ойл продукти, обобщил д-р Мохамед.



БЛИЗКО ДО КЛИЕНТА

Тивадар Рунтаг - групов мениджър продажби и маркетинг на “Приста ойл Холдинг” ЕАД



Завършва икономика в Унгария, работи 15 години за Shell в няколко регионални отдела „Доставки, продажби и маркетинг“ в Централна и Източна Европа. Присъединява се към OMV Group през 2005 г. като ръководител на Търговския отдел в Petrom SA в Румъния. През 2009 г. създава LPG & Marine Profit Center. През 2010 година, когато OMV купува Petrol Ofisi, водещата петролна компания в Турция, Тивадар се премества в Истанбул, за да интегрира търговска дейност на двете компании. Последното му назначение, преди да се присъедини Prista Oil, е позицията Sales Excellence в OMV, коучинг, развитие на компетенции и прилагане на стандартите за екипите за продажби в региона от Германия до Турция.

Съпругата му Маги и двамата им снове (Норберт и Давид) пътуват заедно с Тивадар по време на неговата работа зад граница.

■ Какво мислите за комуникациите в една компания?

Ако погледнем назад към историята, повечето трагедии и неуспехи са резултат от провалена комуникация. Корпоративният свят се нуждае от открита комуникация:

- с клиенти и бизнес партньори,
- с обществото като цяло (общини, медии и т.н.),
- в рамките на компанията: между служителите, управлението и

акционерите.

Ако някои от тези комуникационни канали са разбити, целите ще бъдат неразбрани и планове ще останат само мечти. А медиите като Prista Magazine могат да помогнат да предадат съобщенията по правилния начин.

■ Как се свързахте с Приста ойл?

Първият ми контакт с Приста датира от 2005 г., когато преговарях с г-н Пламен Бобоков условията на

договора за доставки на смазочни материали за Petrom. Бях впечатлен от страстта му към бизнеса и от отдадеността на неговия екип. 9 години по-късно, когато г-жа Антонета Кабакова (ръководител отдел „Човешки ресурси“) ми се обади, аз веднага приех поканата ѝ за интервю. Когато се запознах с членовете на мениджърския екип и разбихах за предизвикателствата на организацията, почувствах, че мястото ми е тук. Разработване и реализиране на стратегия за продажби и марке-

тинг, изграждане на компетентен екип и постигане на растеж - това са задачи, които карат сърцето ми да бие по-бързо.

■ Какви смятате, че са топ 3 приоритетите във Вашата област на работа днес?

Първата е да се стабилизира бизнеса. Има бизнес единици, които са със стабилна печалба, но други показват застой или спад. Ние трябва да анализираме с критично око кои пазари, кои продукти и кои сегменти са печеливши. Трябва да съсредоточим нашите ресурси там и да се отървем от онези дейности в бизнеса, които са губещи. Това понякога е болезнено, но не можем да си позволим да губим време и пари, ако те не допринасят за печалбата на компанията. Благодарен съм на Анастасиос Топалис и Петър Бозаджиев, които въведоха система и дисциплина, за да можем да наблюдаваме ключови бизнес показатели на групово ниво. Това помага на всички нас да видим къде сме добри и къде трябва да се съсредоточим, за да станем още по-добри.

Вторият ми приоритет е да повишим духа за растеж. Приста Ойл е водеща компания за лубриканти в региона, изграждаща свое-

то присъствие на основните пазари (България, Румъния). Но все още не сме достигнали лимита. В останалите страни пазарният ни дял е около 1-2 %. Последните придобивки на бившите компании Chevron в Чехия и Румъния, навлизането на пазара в Украйна, структурните подобрения в Турция, Унгария и Сърбия създават пространство и основа за нас да растем. Споразуменията за регионална дистрибуция с Техасо, Gulf Marine и Green Chem допълват нашето портфолио. Тези сътрудничества с партньори от световно ниво са начините, които ще ни помогнат да развием бизнеса ни до пълния му потенциал.

Смятам, че **третият приоритет** е увеличаване на компетенциите на нашите екипи за продажби. По време на съвместните ни посещения на клиентите разбрах, че трябва да се подобри предлагането на добавена стойност, вместо да се преговаря само цена. Когато клиентите казват: „Искам най-ниската цена“, това често означава „Искам справедлива цена за добро качество на продукта“ или „Искам ниски разходи, където цената на продукта е само един елемент“. Трябва да определим кои са ключовите хора в процеса на вземане на решенията. Трябва да зададем правилните въпроси, за да научим какви са техните проблеми и нужди. И трябва да ги консултираме, как

те могат да постигнат своите бизнес цели с помощта на нашите продукти и услуги. Ако ние сме признати като професионални партньори, можем да продаваме на правилната цена.

■ На предишните си позиции, Вие сте отговаряли за тежки горива, дизел, битум, авиационен керосин, пропан-бутан. Същото ли е да се продават петролни продукти и смазочни материали и има ли разлика?

Има някои стъпки в продажбите, които са стандартни. Трябва да се сегментира пазара, перспективите (да се изберат целевите клиенти), да разберем техните нужди, да направим конкурентна оферта на основата на техните нужди и да приключим сделката. Било е така преди 2000 години и ще бъде същото най-вероятно и след 2000 години, без значение дали продават смазочни материали, автомобили или ядрени централи. Използването на стандартни инструменти, като „Pipeline проучване“, „протокол на срещата“, Customer Management System ни помагат да направим тези стъпки по структуриран и дисциплиниран начин. Това, което е различното, е стилът и фокусът в продажбените аргументации. Давам Ви един пример: разходът за гориво е повече от 30% в бюджета на транспортни-

те фирми. Когато продавате горива трябва да се съсредоточите върху това, колко фирмата може да спести от по-ниска консумация. Разходът за лубриканти е само 1-2 % в бюджета й. Но ако компанията избере неподходящи смазочни материали, рискува да повреди камионите си, което,

всъщност, е големият проблем. Така че нашите консултативни продажби се основават на принципа „намаляване разхода със сигурни операции“, а не само с по-ниски цени. Един добър специалист „Продажби“ може да намери най-подходящия стил и тон за всеки от участниците в про-

цеса на закупуването - от шофьор на камион, до технически инженер и финансов мениджър.

■ **Това означава ли, че трябва да бъдете добър психолог?**

Почти. Но тук нещата се научават по естествен начин; специалистите „Продажби“ трябва да прекарват всеки възможен момент с клиентите си. Това е същото, което аз се опитвам да правя. Не вярвам в „управление на продажбите от офиса“. В по-голямата част от времето съм на път с колегите от отдел „Продажби“, за да се срещаме с клиенти, бизнес партньори, както и да видим какво правят нашите конкуренти. Бих казал следното: „Моят дом е Унгария, но аз живея там, където са нашите клиенти“.

■ **Между другото, с какво се занимавате в свободното си време?**

Обичам да плувам, да карам колело и да играя водна топка, да чета и слушам музика. И най-вече обичам да прекарвам време с моето семейство.



“Приста ойл Холдинг” ЕАД отчита ръст от 500 процента в оперативната си печалба за 2013 г.

Увеличение бележат продажбите на утвърдени вече пазари като Румъния, Украйна, Турция, Узбекистан и Сърбия

Николай Костадинов

Групов главен счетоводител на Приста ойл груп БВ

Завършил е УНСС – София, специалност „Счетоводство и контрол“. Започва работа в БТК през 1998 година и работи отначало като счетоводител. По-късно е назначен за зам. главен счетоводител на компанията за регион Русе, след което заема длъжността „Старши специалист“ в централното управление на БТК в София. От 2009 г. започва работа в Приста ойл и заема различни счетоводни позиции - гл. счетоводител на Приста ойл ЕАД, зам. главен счетоводител, а от началото на 2013 г. е „Групов гл. счетоводител“ на най-голямата структура на компанията.



Започналото през 2012 година реструктуриране и оптимизиране на дейността на компания продължава с успешни темпове и през 2013 година. В резултат на предприетите мерки и налагането на нови правила и контрол в бизнес процесите, както и оптималното използване на работния капитал, дружеството реализира почти 500% ръст в оперативната си печалба спрямо предходната година (2013: 3 138 хил. лева; 2012: 527 хил. лева), при запазване на почти същото ниво на нетните приходи от продажби.

Нетната печалба на дружество-то след разходи за данъци за 2013 година е 6 747 хил. лева, срещу 52 хил. лева през 2012 година.

През 2013 година дружеството продължи успешното си участие в търгове организирани от държавни

компании и организации от Северна Африка и Близкия Изток, като изпълнението на сключените договори продължава и през 2014 година.

Резултат от дългогодишното успешно сътрудничество с Chevron Belgium B. V. са подписаният пред 2013 г. нов договор за лицензирано производство и дистрибуция на моторни масла с марката Texaco®, както и договорите с Texaco Overseas Holdings за придобиване на 100% от дяловете на Chevron Czech s.r.o и Chevron Romania SRL.

Направените стъпки ще разширят пазарния дял на Приста ойл холдинг ЕАД в регионите на Централна и Югоизточна Европа, и налагането на продуктите с марката **PRISTA®**.

Ръст бележат продажбите на утвърдени вече пазари като Румъния, Украйна, Турция, Узбекистан и

Сърбия.

През Февруари 2014 година бе сключен договор за дистрибуция с Гълф Ойл Марин ЛТД., с който „Приста ойл Холдинг“ ЕАД придоби правата да извършва корабно снабдяване със смазочни масла на плавателни съдове в пристанищата от Балтийско море.

Предварителните консолидирани цифри на „Приста ойл Холдинг“ ЕАД за 2013 година, включващи и финансовите резултати на дружествата от групата на Монбат, показват нарастване с 40,5% на оперативната печалба до 31 920 хил. лева през 2013 срещу 19 005 хил. лева през 2012, и почти 52% ръст в нетната печалба преди разходи за данъци до 23 795 хил. лева през 2013 срещу 11 507 хил. лева през 2012.

МЕСЕЧНО ИНФОРМАТИВНО ИЗДАНИЕ

ПРИСТА

Ноември 2007, година IV, брой 11

LUBES'n'GREASES

EUROPE - MIDDLE EAST - AFRICA

Приста ойл се развива
като регионален лидер

BULGARIA'S PRISTA OIL
PAOS UNDER PRESSURE

Техасо стана официален
партньор на Скания - България



ГРАМЪРСИ
увеличи дела
си до 30%

ПРИСТА ОИЛ
старт

ISO/TS 16949
стандартът на

В партньорств
с енергийния сектор в Р



ПРИСТА ОИЛ - ТУРЦИЯ И ВАЛ
ЕДНА ГОДИНА ПО-КЪСНО

ПРИСТА ВЛЕЗЕ
И В ГРАДСКИЯ ТРАНСПОРТ НА СКОПИЕ

ВЪВЕЖДАТ СЕ
НАД 30 НОВИ СТАНДАРТА
ЗА ИЗПИТАНИЯ

МОНБАТ ДАДЕ
НА ФОНДОВАТА ТЪРГОВИЩНА
ПРЕЗ

Октомври 2007, година IV, брой 10

Валентин Трифонов:
Приста ойл е еталон за успешен
бизнес в България

UBISHIPS

Уникален
зарежда акумулатори
в "Старт" Добрич

МЕСЕЧНО ИНФОРМАЦИОННО ИЗДАНИЕ

септември 2007, година IV, бр. 1

Продуктите на Приста ойл са включени отново в професионалното издание на DEKRA



Какво е DEKRA?

DEKRA е една от водещите световни експертни организации. В момента компанията работи в повече от 50 страни. Повече от 28 000 служители са ангажирани с осигуряване на дългосрочната безопасност, качество и опазване на околната среда. Бизнес единиците на **DEKRA** "Автомобили", "Индустриална" и "Личен състав" предлагат професионални и иновативни услуги в областта на изпитване на превозните средства, експертизи, международни уреждане на претенции, консултиране, промишлено тестване, тестване на продукти, сертификация, опазването на околната среда, квалификации. През 2012 г. **DEKRA** генерира продажби на обща стойност почти 2 200 милиарда евро.

DEKRA предлага и сертифициране на системи за управление, както и техническа поддръжка, тестване и сертифициране на широка гама от продукти през целия им жизнен цикъл. Експертните услуги на **DEKRA** съответстват на национално и международно приетите нормативни изисквания. Техните опитни служители, които работят в лаборатории, оборудвани в крак с последните технологии, отговарят на всички нужди на клиентите си за безопасност и провеждане на тестове, независимо дали те са електрически, механични, химични или електромагнитни.

DEKRA Betriebsstoff – Liste Trans Aktuell Spezial, професионално и специализирано издание на **DEKRA**, навлезе в своята 21-ва успешна година с тираж на разпространение

от 40 000 екземпляра. От първото си публикувано издание, списанието представлява информативна база за дилъри на автомобили, механици, както и управителите на автомобилни паркове и магазини. Производители и търговци на лубриканти приемат **DEKRA Betriebsstoff – Liste** като незаменим справочник и съветник за геси, масла, смазки и охлаждащи течности, а също така силно препоръчват информационните и сравнителните таблици на изданието, както и голямото разнообразие от доклади, включени в него. **Trans Aktuell Spezial** съдържа информация за продуктите, спецификациите, адресите и контактите на производителите, както и друга допълнителна информация за компаниите.

<http://www.eurotransport.de/>



БЕНЗИНОСТАНЦИЯ АВТОЦЕНТЪР МАГАЗИН ТЪРГОВИЯ НА ЕДРО



www.mtt-bg.com

ЕНЕРГЕТИЧНИ МАСЛА

PRISTA® Tps - 32 и PRISTA® Tps - 46

Първото одобрение от Siemens за турбинно масло с марка **PRISTA®** беше получено през далечната 2000 година. Към днешна дата одобрение имат и новите по-високо качествени, характеризиращи се с по-висока окислителна стабилност и по-дълъг срок за експлоатация масла **PRISTA® Tps**. И двата вискозитетни класа – ISO VG 32 & 46, в които се произвеждат маслата, покриват изискванията на Siemens TLV 9013 05/2010 - Масла с висока окислителна стабилност, предназначени за смазване на парни и газови турбини. Като продължение и потвърждение на високото качество на тези масла е и очакването на официалното одобрение от Skoda. Към настоящия момент масла успешно преминаха лабораторни изпитвания и предстои издаване на сертификата ЕНЕРГЕТИЧНИ МАСЛА.

PRISTA® Tps -32

ОПИСАНИЕ И ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ

Турбинните масла **PRISTA® Tps-32** се произвежда от дълбоко рафинирани, специално подбрани базови масла с висока стабилност срещу стареене и специален безпепелен пакет от присадки.

PRISTA® Tps-32 е премиЙно качество турбинно масло предназначено за смазване на водни, парни и газови турбини. Притежават превъзходна устойчивост срещу окисление (RBOT над 1000 часа), както и отлични антикорозионни свойства. Подходящо е за смазване и на свързаните с турбините съоръжения, както и в регулиращите им системи. Маслото може да се използва и в циркулационни системи, смазващи лагери от най-различен тип, от леко до умерено натоварени възли и в хидравлични системи с ниски до умерени налягания.

Подобрените свойства по отношение на корозия и антиокислителна стабилност прави маслото **PRISTA® Tps-32** подходящо за употреба, както в компресори, така и в турбини монтирани на кораби и спомагателни корабни съоръжения.

PRISTA® Tps-32 покрива и надвишава изискванията на водещите производители на съоръжения за енергетичната индустрия като MAN, Alstom, Siemens, GE и др.

СПЕЦИФИКАЦИИ И ОДОБРЕНИЯ

ISO 3448	VG 32
БДС ISO 6743-5	ISO L-TSA, TGA
ISO 8068: 2006	L-TGB, L-TGSB
ISO 8068	Type AR
ASTM D 4304	Type I
DIN 51 515	Part 1 (L-TD), Part 2 (L-TG)
British Standard	489 (CIGRE)
MIL-L-	17672 D
U.S. Steel	120
GEK	32568 F, 28143A, 46506D
ABB	HTGD 90 117 V0001R 117
Solar	ES9-224U
Siemens AG	TLV 9013 05- Одобрено
CEGB Standard	207001

**СЪВЕТИ ЗА БЕЗОПАСНОСТ, ТРАНСПОРТ И СЪХРАНЕ-
НИЕ**

При нормална употреба и спазване на указанията в информационния лист, продуктите не представлява значителен риск за здравето и околната среда.

Информационния лист за безопасност е на разположение на: www.prista-oil.com

ОПАКОВКИ

210 l, наливно

ТИПИЧНИ ФИЗИКОХИМИЧНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ

ПОКАЗАТЕЛ	МЕТОД ЗА ИЗПИТ- ВАНЕ	ТИПИЧНИ СТОЙ- НОСТИ
Плътност при 20°C, g/ cm ³	EN ISO 3675	0.860
Кинематичен вискозитет при 40°C, mm ² /s	EN ISO 3104	32
Вискозитетен индекс	ISO 2909	110
Пламна температура в отворен тигел, °C	EN ISO 2592	220
Температура на течливост, °C	ISO 3016	-12
Общо киселинно число, mg KOH/g	ISO 6618	< 0.1
Антикороз. в присъствие на дест. и синт. морска вода	ISO 7120 метод A & B	издържа
Корозия на медна платинка, 3h, 100°C	EN ISO 2160	1a
Водоотделителна способност (време до 3 ml емулсия, min)	ISO 6614	10
Въздухоотделителна способност, 50°C, min	ISO 9120	3
Стабилност на окисление, h (дост. на КЧ 2.0) mgKOH/g	ISO 4263	над 10 000
Окисление в ротационна бомба (RBOT), min	ASTM D 2272	1200
Окисление в ротационна бомба (RBOT), 48h, 121°C, 3l N2/h min	Модифициран тест GEK -32568A	950

Забележка: Информацията, дадена в типичните характеристики не представлява спецификация, а е показателна за текущото ниво на производство и може да варира в рамките на допустимите производствени толеранси. Запазва се правото на изменения.

PRISTA® Tps - 46**ОПИСАНИЕ И ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ**

Турбинното масло **PRISTA®** Tps-46 се произвежда от дълбоко рафинирани, специално подбрани базови масла с висока стабилност срещу стареене и специален безпепелен пакет от присадки.

PRISTA® Tps-46 е премиенно качество турбинно масло предназначено за смазване на водни, парни и газови турбини. Притежава превъзходна устойчивост срещу окисление (RBOT над 1000 часа), както и отлични антикорозионни свойства. Подходящо е за смазване и на свързаните с турбините съоръжения, както и в регулиращите им системи. Маслото може да се използва и в циркулационни системи, смазващи лагери от най-различен тип, от леко до умерено натоварени възли и в хидравлични системи с ниски до умерени налягания.

Подобрените свойства по отношение на корозия и антиокислителна стабилност прави маслото **PRISTA®** Tps-46 подходящо за употреба, както в компресори, така и в турбини монтирани на кораби и спомагателни корабни съоръжения.

PRISTA® Tps-46 покрива и надвишава изискванията на водещите производители на съоръжения за енергетичната индустрия като MAN, Alstom, Siemens, GE и др.

СПЕЦИФИКАЦИИ И ОДОБРЕНИЯ

ISO 3448	VG 36
БДС ISO 6743-5	ISO L-TSA, TGA
ISO 8068: 2006	L-TGB, L-TGSB
ISO 8068	Type AR
ASTM D 4304	Type I
DIN 51 515	Part 1 (L-TD), Part 2 (L-TG)
British Standard	489 (CIGRE)
MIL-L-	17672 D
U.S. Steel	120
GEK	32568 F, 28143A, 46506D
ABB	HTGD 90 117 V0001R 117
Solar	ES9-224U
Siemens AG	TLV 9013 05- Одобрено
CEGB Standard	207001

**СЪВЕТИ ЗА БЕЗОПАСНОСТ, ТРАНСПОРТ И СЪХРАНЕ-
НИЕ**

При нормална употреба и спазване на указанията в информационния лист, този продукт не представлява значителен риск за здравето и околната среда.

Информационния лист за безопасност е на разположение на: www.prista-oil.com

ОПАКОВКИ
210 l, наливно

ТИПИЧНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ

ПОКАЗАТЕЛ	МЕТОД ЗА ИЗПИТ- ВАНЕ	ТИПИЧНИ СТОЙ- НОСТИ
Плътност при 20°C, g/ cm ³	EN ISO 3675	0.862
Кинематичен вискозитет при 40°C, mm ² /s	EN ISO 3104	46
Вискозитетен индекс	ISO 2909	110
Пламна температура в отворен тигел, °C	EN ISO 2592	235
Температура на течливост, °C	ISO 3016	-9
Общо киселинно число, mg KOH/g	ISO 6618	< 0.1
Антикороз. в присъствие на дест. и синт. морска вода	ISO 7120 метод A & B	без корозия
Корозия на медна пластинка, 3h, 100°C	EN ISO 2160	1a
Водоотделителна способност (време до 3 ml емулсия, min)	ISO 6614	10
Въздухоотделителна способност, 50°C, min	ISO 9120	4
Стабилност на окисление, h (дост. на КЧ 2.0) mgKOH/g	ISO 4263	над 10 000
Окисление в ротационна бомба (RBOT), min	ASTM D 2272	1000

Забележка: Информацията, дадена в типичните характеристики не представлява спецификация, а е показателна за текущото ниво на производство и може да варира в рамките на допустимите производствени толеранси. Запазва се правото на изменения.

SIEMENS

Одобрение за турбинно масло „PRISTA Tps-32“ и „PRISTA Tps-46“ съгласно Siemens TLV 901305

Уважаеми Г-н Панджаров
Проведохме изпитвания за одобрение с „PRISTA Tps-32“ и „PRISTA Tps-46“ съгласно спецификация за турбинни масла на Сименс TLV 901305. Резултатите са съгласно тази спецификация. Включени са в приложените сертификати от изпитване.
С настоящето даваме официално одобрение за „PRISTA Tps-32“ и „PRISTA Tps-46“ да бъдат използвани в турбоагрегати на Сименс без предавателни кутии.
Продуктите ще бъдат включени в съответните издавани списъци с одобрени турбинни масла.
DIN51757

Резултати от изпитване:

PRISTA® Tps-32

Въздухоотделяне при 50°C	DIN ISO 9120	2 min
Неутрализационно число	DIN 51558-1	0.08 mg KOH/g
Съдържание на вода	DIN 51777-1	< 0.01%
Пенообразуване - Тенденция при 25°C - Стабилност при 25°C - Остатък след 600 s при 25°C	ISO 6247	10 ml 25 s 0 ml
Водоотделяне	DIN 51589-1	45 s
Вискозитет при 40°C	DIN 51562-1	31.2 mm ² /s
Плътност при 15°C	DIN 51757	0.859 g/ml
Цвят (по скалата на ASTM)	DIN ISO 2049	< 0.5
Пламна температура, СОС	DIN EN ISO 2592	216°C
Температура на течливост	DIN ISO 3016	<-12 C
Код за чистота	ISO 4406	17/14/11
Корозивност спрямо мед	DIN EN ISO 2160	издържа

Резултати от изпитване:

PRISTA® Tps-46

Въздухоотделяне при 50°C	DIN ISO 9120	2 min
Неутрализационно число	DIN 51558-1	0.07 mg KOH/g
Съдържание на вода	DIN 51777-1	< 0.01%
Пенообразуване - Тенденция при 25°C - Стабилност при 25°C - Остатък след 600 s при 25°C	ISO 6247	10 ml 10 s 0 ml
Водоотделяне	DIN 51589-1	80 s
Вискозитет при 40°C	DIN 51562-1	43.9 mm ² /s
Плътност при 15°C	DIN 51757	0.864 g/ml
Цвят (по скалата на ASTM)	DIN ISO 2049	< 0.5
Пламна температура, СОС	DIN EN ISO 2592	228°C
Температура на течливост	DIN ISO 3016	<-12 C
Код за чистота	ISO 4406	17/14/12
Корозивност спрямо мед	DIN EN ISO 2160	издържа



20 години Анри 64 в неизменно партньорство с Приста ойл

Д-р Андрей Кехайов - между медицината и бизнеса или как може да се успява в многообразието от дейности



Фирма Анри 64 отбеляза своята 20 годишнина. 20 години успешно развитие и разширяване на дейностите, но особено запомнящо е началото.

Това споделя собственикът и д-р Андрей Кехайов.

Дейността на **Анри 64** основно е търговия с петрол и петролни продукти. В продуктовата и листа присъстват смазочни продукти и акумулатори с марките **PRISTA** и Monbat.

Бизнесът си д-р Кехайов започва на 30 години. Говорим за 1994

година, когато току що е завършил специализация в Медицинския университет в Пловдив - специалност хирургия. Може би почти всички си спомнят ситуацията в страната по това време - време, в което лекарите получаваха мизерно ниски заплати и всеки търсеше допълнителен начин за препитание и оцеляване.

За Андрей ситуацията, в която се намира неговата гилдия не е добра, но търси начин и той да живее и работи при нормални условия. И вместо да се качи и да кара след дежурство такси, насочва се към

един печеливш, но и рисков бизнес. Говорим за годините 1994 - 1996.

Д-р Кехайов решава и предлага на собствениците на Приста ойл да стане техен дистрибутор. Тогава производителят на смазочни продукти е в началото на своето бурно и успешно развитие, но за това помагат и хората, които реализират продукцията му. Чрез **Анри 64** Приста ойл доставя технологични масла за каучукови смеси за Нефтохим.

Андрей успява с гъвкава схема да пробие и да продава масла на

друго голямо предприятие - Видахим. В това време бартерната търговия е най-сигурна, защото парите се оказват не най-несигурното средство за разплащане. Става въпрос за периода 1996 - 1997 година. Всъщност влизането във Видахим е следствие на некоректно отношение на тогавашния дистрибутор в Смолян към Анри 64.

Понякога неотложни лекарски ангажименти възпрепятстват д-р Кехайов да изпълнява поетите ангажименти в определеното време. Това принуждава Кехайов да потърси среща с ръководството на Видахим и да предложи бизнесотношения и схеми на разплащания, които са били приети радушно.

Чрез **Анри 64** Приста ойл продава и първия вагон с масла за Химко Враца.

Успешните и доста големи по обем продажби вкарват д-р Кехайов в борда на Приста ойл. Според него успехът идва тогава, когато се работи с желание и любов и се дава всичко в името на хората. Хуманната му професия и принципите в нея му позволяват да отваря не само „железни“ завеси, но и врати.

Структурните промени в икономиката естествено се отразяват и на дейността на **Анри 64**. Независимо от това фирмата продължава да предлага на клиентите си единствено и само продуктите на Приста ойл,



които вече са оценени като цена и качество.

Естествено трябва да се отбележи, че по отношение на маркетинговата политика компанията също предразполага клиентите с предлагането освен на продукт и на услуга. Чрез създаването на тази гъвкава политика и следвайки динамиката на пазара, дистрибуторът, както и неговите клиенти получават сигурност освен добра цена за търсеното качество.

Тези правилни според д-р Кехайов действия водят до очаквано добри резултати, независимо от трудностите, които все повече фирми изпитват. „Нямам спомен да е имало рекламация на клиент относно експлоатационните качества на маслата на Приста“, връща се във времето управителят на фирмата.

Но не трябва да се пропуска и ролята на коректния и лоялен дистрибутор както към производителя, така и към крайните клиенти, смята д-р Кехайов. Той се явява свързващото звено между тях. Коректното поведение и отношение към клиентите и лоялността към производителя е единен процес. Както крайни-

ят клиент очаква добри условия от дистрибутора, такива са очакванията и на дистрибутора към компанията производител.

За изминалите вече 20 години **Анри 64** е изтъргувала над 10 000 това моторни и индустриални масла и смазочни течности с марката Prista, и хиляди тонове горива, отчита днес д-р Кехайов.

Във времето дейността се разширява. Фирмата отваря автоцентрове в Смолян и Златоград, бензиностанции в Смолян, Златоград, Панагюрище, Неделино, Баните и др.

Част от спечелените от тази дейност средства д-р Кехайов насочва към други дейности. Приватизира печатницата в Смолян през 1998 година, както и „Автотранспорт“ в Мадан и в Златоград. Фирмата е собственик на най-голямата база за



инертни материали в Смолянска област.

Всичко, което е постигнал, д-р Кехайов отдава на взаимното доверие и коректност, независимо дали моментите са трудни или не. Това е необходимо както в бизнеса, така и в лекарската професия.

Паралелно с търговския бизнес се развиват и хуманитарните му интереси и цели.

Кехайов учи медицина през 1990 година в Пловдив. Пет години по-късно специализира „Хирургия“. В лекарската му визитка има заведени данни - има извършени над 1000 операции, 10 000 асистенции, над 60 000 прегледа.

През 1999 година е избран за председател на Лекарския съюз в Смолян.

От 2001 г. д-р Кехайов е зам. председател на Български лекарски съюз. От следващата година е вече

негов председател - два мандата до 2009 година. Като такъв той взема активно участие в разработване и внедряване на новата система на здравно-осигурителния модел.

Междувременно д-р Кехайов завършва магистратура „Здравен мениджмънт“ - нещо, което явно му се отдава и тук просто получава необходимия ценз. Следва защита на докторска дисертация на тема „Стратегически приоритети за изграждане на капацитета на българското здравеопазване в обединена Европа“.

Съавтор е на „Симптоми и синдроми в областта на хирургията“ съвместно с проф. Атанасов.

Д-р Андрей Кехайов е автор на първия Алманах на българските лекари-общественици в България.

В момента е президент на лекарите в Югоизточна Европа, обединени в Югоизточноевропейски

медицински форум. Само за 4 години от 4 държави в него са включени 18- от Словения до Узбекистан. Дискутират се многообразие от теми, което демонстрира интердисциплинарен подход.

През миналата година е създадено и сдружението „Клъстър на здравните региони“, което спечели европейски средства по проект по програма „Конкурентоспособност“, изпреварвайки много други кандидати, обясни д-р Кехайов.

Общото между лекарската професия и бизнеса.

Лекарската професия е най-хуманната, твърди д-р Кехайов. Тя е благородна и е своеобразна мисия, която изисква себеотдаване.

Себеотдаване трябва да има както към пациента, така и към клиента. И в двата случая трябва да се гледа като на човек.

Тази висока отговорност се концентрира и изисква още повече себеотдаване когато става въпрос за това да помагаш на колегите си лекари.

А и в бизнеса не може да очакваш големи резултати, ако няма себеотдаване. Колкото до разнообразието от дейности, чрез тях ставаш полезен на повече хора, смята Андрей Кехайов. Направените от фирмата инвестиции са свързани и с привличане на служители.

Д-р Кехайов е доволен, че е успял и като председател на БЛС да интегрира националната структура във всички световни и европейски организации, и да запази политически необвързана.

ПРИСТА

Март 2008, година V, брой 3

**ТОМИ МАКИНЕН
СТАНА ПАРТНЬОР НА
PRISTA OIL RALLY TEAM**

**2007-ГОДИНА
РАСТЕЖ И ИНОВАЦИИ**

**ДВОЙНО ПОВЕЧЕ ПРОДАЖБИ
НА GALAX PRISTA**

ПРИСТА

ИНФОРМАЦИОННО ИЗДАНИЕ

2008, година V, брой 2

**Атанас Бобоков спечели приза
"Мистър Икономика 2007"**

такува



**Монбат планира
от 31,5 млн. лв. за 2008 г.**



ШАМПИОН!

Боби Борисов за пистовия шампионат 2008

**Емил Димов:
Между фантастиката, химията и компютъра**



Течности топлопrenaсящи нискозамръзващи **PRISTA® Eco Heat Fluid**



ОПИСАНИЕ

PRISTA® Eco Heat Fluid е най-ново поколение иновативна, топлопrenaсяща течност на основа гликоли.

Осигурява оптимална топлопроводимост, защита от корозия, и защита от замръзване на соларни и отоплителни системи, и нисък риск за хората и околната среда. Не съдържа потенциално опасни присадки като нитрити, амини и фосфати и допринася за постигането на по-чиста околна среда.

ПРИЛОЖЕНИЕ

PRISTA® Eco Heat Fluid се препоръчва за употреба като топлопrenaсящ агент в:

- Отопителни соларни инсталации
- Отопителни системи с котли
- Системи за подово отопление
- Геотермални отоплителни инсталации
- Термопомпени системи
- Противопожарни инсталации на база вода

Благодарение на растителните и безвредни компоненти, от които е произведена може да замени топлопrenaсящи течности на етилен и пропилен гликолова основа и може успешно да се използва в болници, хотели, обществени сгради, жилища, вили, почивни станции и промишлени помещения.

ПРЕДИМСТВА

- Отлични нискотемпературни свойства, съпоставими с тези на течности на етилен и пропилен гликолова основа.
- Използваните гликоли са по-слабо токсични спрямо течности на етиленгликолова основа
- Повишена защита от корозия на циркуляционната помпа, резервоарите, водопроводната инсталация на пожарогасителните инсталации и колекторни тръби и удължен срок на експлоатация на течността.
- Отлична съвместимост с еластомери и уплътнителни материали, които се използват в соларни, отоплителни и противопожарни системи.
- Благодарение на високата температура на кипене течността гарантира намаляване на отлагането на котлен камък на контактните нагревни повърхности.
- Отличните нискотемпературни свойства намаляват разходите за подгръване на резервоарите за съхранение на вода на пожарогасителните инсталации през зимния сезон.
- Допринася за по-чиста околна среда, благодарение на използвани суровини от възобновяеми източници.

ТИПИЧНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ

ПОКАЗАТЕЛ	ТИПИЧНИ СТОЙНОСТИ	МЕТОД ЗА ИЗПИТВАНЕ
Външен вид	прозрачна течност	Визуално
Относителна плътност при 15.5°C	1.154	ASTM D 1122
Температура на начало на кипене, °C	189	ASTM D 1120
Алkalност, ml	3.0	ASTM D 1121

УПОТРЕБА

Не се препоръчва директна употреба на **PRISTA® Eco Heat Fluid**. Продуктът да се използва само след разреждане с дестилирана или омекотена вода. Тази вода ще намали до минимум образуването на котлен камък от твърдата вода и ще се избегне внасянето на компоненти като хлориди и сулфати, които биха могли да увеличат темпа на корозия на алуминия и желязото. Може да се използва и ниско минерализирана или обработена вода от водопроводната мрежа. Типичната концентрация за смесване е 50/50 об%, при което гарантираната „защита от замръзване“ при температура на околната среда е до минус 40°C („защита от замръзване“ – тази температура представлява осреднена стойност между температурата на начало на кристализация и температурата на течливост).

По-долу са описани основните физико-химични характеристики на различни разтвори на **PRISTA® Eco Heat Fluid**.

Prista Eco Heat Fluid, %об.	Плътност при 20°C, g/ml	Индекс на рефракция 20°C	pH	t на нач. на кристализация, (°C)	t на нач. на кипене, (°C)	Кинематичен вискозитет при 20°C, cSt
50	1.0911	1.3992	8.2	-36	111	6.91
40	1.0739	1.3863	7.64	-24	109	4.33
33	1.0626	1.3779	7.66	-15	-	3.41

Проведените изпитвания за защита от корозия след смесване с дестилирана вода до достигане на 33 об% **PRISTA® Eco Heat Fluid** съгласно ASTM D 1384 са както следва:

ПОКАЗАТЕЛ	РЕЗУЛТАТ	НОРМИ
Корозия, загуба в теглото, mg/specimen		max
- Мед	-2	10
- Припой	10	30
- Месинг	-3	10
- Стомана	-1	10
- Чугун	-4	10
- Алюминий	-3	30

PRISTA® Eco Heat Fluid е биоразложим (въз основа на данни биоразложимост на компонентите съгласно OECD 301B (28 дни, температура 22±2°C).

СЪВЕТИ ЗА БЕЗОПАСНОСТ, ТРАНСПОРТ И СЪХРАНЕНИЕ

На базата на наличната информация, не се очаква продукта да оказва неблагоприятно въздействие върху здравето и околната среда. Информационния лист за безопасност е на разположение на: www.prista-oil.com

PRISTA Magazine celebrates 10 years

The end of March 2014 marked the 10th anniversary of the issuance of the first PRISTA corporate edition. Certainly, this fact is a peculiar record for Bulgaria in terms of lasting in time, reflecting the consistent and stable policy of senior management, irrespective of any changes associated with the Company's strategy and development.

In the beginning, this edition was limited, benefiting mainly from the experience of Texaco corporate edition.

In fact, it was a real pleasure for the Bulgarian officials to read about their colleagues from Bucharest's office and to see how they looked also, as they've been working together for a year and contacted them only by phone.

The frequency of issue was variable and reported rates of Company's development. Nevertheless, it was issued at least once each month.

In view of the rapid and global dominance of the internet in life and in business, today the magazine switched to digital only.

Multiple goals were achieved by the Magazine. In addition to creating a good Company's image to traders and customers, "Prista" contributed to the better internal communication, especially of the central office and fac-

tory with the foreign structures.

"Prista" became one of the secure inter-company communication channels. Very often no news from the „kitchen“ of the Company reached the employees at different locations. Therefore, the edition became a useful platform for sharing innovations, procedures and policies, development plans and presentation of new colleagues.

Corporate magazines have proven their usefulness being one of the intransient examples of good practice in inter-company communications. Usefulness is measured both as a reliable source of information and as one of the main factors for non-monetary staff motivation. The lack of timely and reliable operation of information channels has a demotivating and stressful impact, which affects, by itself, the image of the company to customers, partners, shareholders and employees.

Over the years, "Prista" was a good channel to promote any products, which diversity required a good presentation.

Corporate edition reached 5,000 of Prista's customers - business owners, managers, oil change auto centers, vehicle repairs workshops.

Prista oil looks to promising Libyan market

Over the years, „Prista“ built the best image, thus allowing Prista Oil's partners companies to participate in any tenders, to promote any products presenting a good practice or an example of a good partnership.

Corporate Edition participated in the „Golden Umbrella“ media competition in the „Albena“ Resort. The lack of a category in which it should be included did not allow it to receive a deserved award, but it made a good impression on the participants and especially - national newspapers covering the event.

„Prista“ reflected broadly all activities related to the Company's support of various sports nationwide - motoring, tennis, rowboating, power sports etc.. Undoubtedly, this image brought popularity of the Company as a leader of the successful development of professional sport in the country.

Tsvetomir Anastassov, the executive director of Prista oil Holding has been on a week-long business trip to Libya.

From 1st to 6th January 2014 he has had business meetings in Tripoli with the representatives of public and private business.

During his visit Mr. Anastassov has presented the specialists from Libya's Ministry of Defense with the potential of Prista to produce and deliver motor and industrial oils.

The fact is that the Bulgarian company is included in a special list that gives it a right to participate in tenders for lubricants supply for the Libyan army. Seriousness of the preliminary access can be shown by the criteria, which potential participants of future tenders have to cover. Companies must demonstrate production capabilities, quality of the products and raw materials used for production. The requirement to provide references from other large customers, proving the company's reputation is also very important.

This preliminary list of requirements includes the ownership of an approved laboratory. Libyan partners are also interested in the qualifications of company's personnel and cer-

tificates for production processes and systems.

National oil company /National Oil Corp NOL/ has identical requirements. While talking to the experts from NOL, Mr. Anastassov has satisfied Prista Oil's potential partner's requirements after presenting production potential and technological capabilities of the Bulgarian company.

“Despite the tense situation in the Arab countries, Mr. Anastassov says, Prista Oil has the opportunity to meet the needs of the Libyan lubricants market, relying on its competitive advantages”. Anastassov's visit to Libya is actually a continuation of already built strategy for exporting products to countries outside the EU and deals are already made with countries in the Middle East.

Strategic partnership: in good spirit for growth

As a part of co-operation upgrade, Prista oil and Chevron teams join Marketing & Sales Workshop



Delegates from Prista and Chevron participated together on a full day workshop in Ruse on the 1st of April. The objectives of the meeting were to review the business results achieved so far, to find opportunities for future growth and to further enhance the col-

laboration. To ensure fast and transparent decisions roles and responsibilities were agreed.

The teams identified several new business opportunities in the broad Prista region, among others the "Havoline Workshop Program", the "Reliability based Lubrication" application and focused sales in Metal Working and Gas Engines segments, as well as identification of marketing opportunities.

Prista Oil was represented by the Business Units and Sales Managers who are active in selling the Texaco portfolio. Chevron delegates were Mr. Christopher Dyer (Export Sales Manager) and the Regional Sales Managers.

The participants confirmed that Prista & Chevron is the winning partnership in the region. "I am inspired by this event to organize a regular Distributor Council" – said Mr. Dyer. "Today is a new beginning of our partnership and I am happy to be part of it" he added.

At the evening Prista's Executive Director hosted the teams in the Lev-ent Restaurant, where they enjoyed Bulgarian hospitality and an excellent local wine selection.



Prista oil finalized the implementation of the deal for 11.3 million U.S. dollars with the Republic of Yemen

Prista Oil Holding implemented the final phase of the contract for 11.3 million U.S. dollars with the Ministry of Defense of the Republic of Yemen at the end of March.

The contract was signed in 2011 after a competition and a strong rivalry with world leaders in the production of lubricants.

The deal envisaged implementation in three phases and the first two shipments were carried out in 2012.

In March 2014 the Lubricant Blending Plant in Ruse produced engine oils for the Yemeni army for 3 million U.S. dollars, as there were also greases in the products.

These oils are intended for motor-vehicle and diesel engines, as well as transmissions.

I can definitely say that I am extremely pleased with the quality of the products produced by Prista Oil. In the implementation of the first two phases of the deal the products showed, in fact, a good quality in real operating conditions. The technique showed no need for refilling or other common variations in the operation of diesel and gasoline engines. That was the statement of the inspector Dr. Mohammed Mohammed.



The Yemeni representative of the Ministry of Defense monitored and controlled the production process directly, the laboratory analyses and the shipment of finished products.

I find a perfect match between the certificates submitted and the quality of the products produced by Prista Oil, summed up Dr. Mohammed.



The intensive development of Prista oil Holding since 2005 has resulted into an export-oriented company

Development of multibrand sales strategy and distribution and production of Texaco brand oils lead to a significant improvement of the financial result of the company

1. Characteristics of the market where Prista oil Holding EAD operates.

The market of the lubricants produced by Prista Oil Holding EAD is a brand – oriented market, i.e. it is highly dependent on consumer perception of brands under which these oils are sold. Therefore, the company is forced to use specific marketing techniques to create a market share in the countries where it operates. In the initial period of development (1996 - 2005) Prista Oil Holding EAD sold mainly under its own brand **PRISTA** and relatively small volumes were realized under the Distribution Agreement with CHEVRON TEXACO. This period can be conditionally defined as a period of extensive development of sales.

During the extensive phase of the sales the company entered a market giving priority to cost - oriented products for industrial customers. That is because:

Industrial customers required laboratory analysis and certification of oil, irrespective of their brand. Thus, PRISTA products could successfully compete with other brands established on the market such as SHELL,

CASTROL, etc.

The use of less expensive base oils delivered from Russia, Ukraine and CIS countries provided unmatched price edge offered by Prista Oil Holding EAD products.

The sales of price oriented lubricants gradually inculcated brand image **PRISTA** as a relatively cheap, but quality comparable products.

The extensive phase is characterized by both sales growth and an increase in profitabilities from clients on the one side and obligations to suppliers and other creditors financing the working capital on the other side.

Once created a niche market and a commercial image, mainly based on cost-oriented products, the second intensive phase began, in which sales restructured by increasing the share of packaged more profitable motor oils for the account of the industrial bulk ones.

When selling these products account shall be taken that their clients are mainly retail customers, i.e. they are neither able nor appropriate for them to carry out the analysis of the oil they buy, so selection criterion is

the brand and its commercial image. The market for these products is characterized by:

- The relatively high rate of profitability in sales;
- Sustainability of market share and not particularly strong sensitivity to conjunctural fluctuations of the prices of basic oils produced.

2. Restructuring of Prista Oil Holding EAD sales in the intensive phase of their development.

The intensive phase of mastering the niche occupied is through sales restructuring in the following areas:

- Increase the relative share of packaged motor oil - brand PRISTA®;
- Introduction of new products;
- Development of multibrand sales strategy.

Increase the sales of packaged motor oils PRISTA

The sales of such products, as it is already known, are retail customers oriented and require the establishment and development of special sales channels.

Such distribution channels can be:

Petrol stations where customers buy not only fuels but also oils for their cars.

Specific services for oil change and authorized corporate repairers for repairs and maintenance.

Petrol stations are a traditional place for Bulgaria where engine oils can be sold successfully.

The specific services for oil change and the specialized repairers for repairs and after sales service are another sales channel that Prista Oil Holding EAD has been developing since 2005. More than 230 points services for oil change have been equipped within this programme.

The introduction of new products is associated with their existing market demand and lack in certain early stage of sufficient supply. This allows a rapid control of the niche market and an advantage over competing manufacturers or suppliers.

Such product, which production was implemented in early 2009, is Ad-Blue®.

Development of multi-brand sales strategy.

Prista Oil Holding EAD and its subsidiaries are distributors of TEXACO lubricants for the following countries: Bulgaria, Serbia, Hungary, Slovakia,

Ukraine, Kazakhstan, Uzbekistan and the Czech Republic. Furthermore, Prista Oil Holding EAD produces certain products for TEXACO, which are sold in Romania.

Distribution and production of oils under the brand TEXACO lead to significant improvement in the financial performance of the company due to the high rate of profitability. Prista Oil Holding EAD has had a partnership with TEXACO since 2000. TEXACO then acquired 25% of the capital of the company. In 2011 Prista Oil Holding EAD acquired 50.1% of the capital of UZTEXACO. As a result, the company UZPRISTA was registered, where a partner is the state Uznefteprodukt – with 49.9 % of the capital.

UZPRISTA (previous UZTEXACO) produces lubricants for the local and foreign market by using raw materials from oil refineries in Fergana (Uzbekistan). For the past 2012 12 173.77 tons of lubricating oil was produced, a substantial part (37.4%) of which is exported to neighboring countries. The main advantage is that the local market take the products as EU origin, i.e. PRISTA is perceived as a high-quality A brand product.

In fact, it is a part of the present Prista Oil Holding EAD marketing strategy, which in general plan consists of the following initiatives:

- Access to markets where the product is perceived as EU origin that allows the achievement of higher margin – such markets are Central Asia and the Middle East;

- Participation in auctions in the Middle East: Algeria, Yemen;

- Acquisition of distribution rights for high margin branded products - (TEXACO) including through the acquisition of distribution companies controlled by CHEVRON. Chevron Czech sro and Chevron Romania Srl were acquired in 2013.

- Distribution of special products and transformer oils of ERGON Jackson MS USA that Prista Oil Holding EAD has a distribution agreement.

The intensive development of Prista Oil Holding EAD since 2005 has made the company an export-oriented company.

Dr.Sc. Chavdar Danev

CLOSE TO CUSTOMERS

Tivadar Runtag - Group Sales and Marketing Manager of Prista oil Holding



Graduated in Economics in Hungary, worked 15 years for Shell in several regional Supply, Sales and Marketing Management positions in Central and Eastern Europe. He joined the OMV Group in 2005 as Head of Commercial Petrom SA in Romania. In 2009 set up the LPG & Marine Profit Center. In 2010 when OMV bought Petrol Ofisi, the leading oil company in Turkey, Tivadar moved to Istanbul to integrate Commercial activities of the two companies. His latest assignment before joining Prista Oil was a Sales Excellence position in OMV, coaching, developing competences and implementing standards for the sales teams in the region, extended from Germany to Turkey.

His wife Maggie and their two sons (Norbert and David) moved with Tivadar during his expatriations.

■ What do you think about communication in a company?

If you look back history, most tragedies and failures were the result of broken communication. In corporate world there is a need for open communication:

- with customers and business partners,
- with wider society (municipalities, media, etc),
- within the company: employees, management and shareholders.

If any of these communication channels are broken, the objectives will be misunderstood and plans remain dreams. A media like Prista Magazine can help to convey messages in the right way.

■ How did you get in contact with Prista Oil?

My first experience with Prista dates back in 2005, when I negotiated the lubricants supply contract for Petrom with Mr. Plamen Bobokov. I was impressed by his passion for business and by the dedication of his team. 9 years later, when Mrs. Antoaneta Kabakova (Head of Human Resources) called me, I immediately accepted her invitation for an interview. When I met the members of the Management Team and understood the challenges ahead of the organisation, I felt that my place is here. Developing and implementing a Sales and Marketing strategy, building a competent team and leading for growth – these are tasks that make my heart beat faster.

■ What do you consider the top 3 priorities in your area of responsibility today?

The first is to stabilize business performance. There are units delivering consistently on budget, but others show stagnation or decline. We have to analyse with a critical eye which markets, which products, which segments are profitable. We have to focus our resources there and get rid of the businesses that are loss-making. It is sometimes painful, but we can not afford to waste time and money where it does not create value. I am grateful to Anastasios Topalis and Peter Bozadjiev, who implemented a structure and discipline to monitor key business indicators on a Group level. It helps all of us to see where are we good and where

do we have to focus to get better.

My **second** priority is to enhance the spirit for growth. Prista Oil is a leading lubricant company in the region, building up its presence on the core markets (Bulgaria, Romania). But we have not reached the limit. In the other countries our market share is around 1-2%. The recent acquisitions on former Chevron companies in Czech Republic and Romania, the new market entry in Ukraine, the structural improvements in Turkey, Hungary and Serbia - these create the space and bases for us to grow. The regional distribution agreements with Texaco, Gulf Marine and GreenChem complete our portfolio. These co-operations with global partners are vehicles that help us to grow our business to its full potential.

I consider the **third** priority to increase the Sales competences in our teams. During my joint visits with Sales people I realised that we have to improve in offering added value to our customers, instead of negotiating only price. When customers say "I want the lowest price" they often mean "I want a fair price for a good quality product" or "I want low costs, where price of the product is only one element". We have to identify who are the key people in the decision process. We have to ask the right questions to learn what are their problems and needs. And we have to consult them how can they reach their business objectives by using our products and services. If we are acknowledged as professional partners, we can sell at the right value.

■ **In your previous positions you were also responsible for heavy fuels, diesel, bitumen, aviation kerosene, LPG. Is it the same to sell petroleum products and lubricants, or is there a difference?**

There are certain steps in sales that are standard. You have to segment the market, prospect (select the target customers), understand their needs, make a competitive offer based on their needs and close the deal. It was the same 2000 years ago and it will be probably the same 2000 years later, no matter if you sell lubricants, cars or nuclear plants. The use of standard tools, like a "prospecting Pipeline", a "visit report", a Customer Management System can help us to make these steps in a structured and disciplined manner. What is different, is the style and the focus in sales argumentation. To give you an example: The fuel cost is more than 30% in the budget of a transport company. Selling fuels you have to focus on how much they can save by lower consumption. Lubricant costs are only 1-2% in their budget. But if they choose inadequate lubricants, they risk to break down their trucks, that is a major concern. So, our consultative selling is based on "saving costs by safe operations", not only on lower prices. A good Sales person can find the right style and tone to different influencers in the buying process – to a truck-driver, to a Technical Engineer and also to the Finance Manager.



■ **So, you have to be a good psychologist?**

Almost. But there is a natural way to learn it; Sales people have to spend every possible moment with the customers. This is what I also try to do. I do not believe in "managing sales from the office". Most of the time I am on the way with the Sales colleagues, to meet customers, business partners, and to see what our competitors do. I would say "My home is Hungary, but I live where our customers are".

■ **By the way, what do you do in your free time?**

I like swimming, going on bicycle and playing water-polo, reading and listening music. And most of all I love to spend time with my family.

Prista Oil Holding EAD reports 500% growth in operating profit for 2013

The already established markets such as Romania, Ukraine, Turkey, Uzbekistan and Serbia have increased sales



Nikolay Kostadinov

Chief Accountant
of Prista Oil Group B.V.



Graduated at the University of National and World Economy, as Accounting and control major specialty. Started working at BTC in 1998 as an accountant. Later he was promoted to Deputy Chief Accountant in the central offices of BTC in Rousse. After that he worked for two years as Senior Specialist in Finances at the BTC's headquarter in Sofia. In 2009 started working for Prista Oil Holding EAD. One year later he was promoted to Chief accountant of the company. Since February 2013 he is working as a Chief Accountant of the biggest structure of the company – Prista Oil Group B.V.

Restructuring and optimizing of the Company's activities started in 2012 and continue with successful pace in 2013. As a result of the measures taken and the imposition of new rules and control business processes and optimal use of working capital, the Company realized nearly 500% growth in operating profit compared to the previous year (2013: 3 138 000 /three million one hundred and thirty-eight thousand/ BGN, 2012: 527 000 /five hundred and twenty seven thousand/ BGN), maintaining almost the same level of net revenues.

The net income of the Company after the tax expense for 2013 is 6 747 000 /six million seven hundred and forty-seven thousand/ BGN versus 52 000 /fifty-two thousand/ BGN in 2012.

In 2013 the Company continued its successful tender organized by state

companies and organizations from North Africa and the Middle East as the implementation of the concluded contracts continues in 2014.

The result of a longstanding successful collaboration with Chevron Belgium B.V. is the new contract in 2013 for a licensed production and distribution of motor oils brand Texaco®, as well as the contracts with Texaco Overseas Holdings for the acquisition of 100% shares of Chevron Czech s.r.o and Chevron Romania SRL.

The steps achieved will expand the market share of Prista Oil Holding EAD in the regions of Central and Southeastern Europe, as well as the imposition of **PRISTA** brand products.

The established markets such as Romania, Ukraine, Turkey, Uzbekistan and Serbia have increased sales.

A distribution agreement was concluded in February 2014 with Gulf Oil Marine LTD, thus Prista Oil Holding acquired the rights to make the supply of marine lubricants to vessels in the ports of the Baltic Sea.

The preliminary consolidated figures of Prista Oil Holding EAD for 2013, including the financial performance of the group companies of Monbat, show an increase of 40.5% in operating profit to 31 920 000 /thirty-one million nine hundred and twenty thousand/ BGN in 2013 versus 19 005 000 /nineteen million five thousand/ BGN in 2012, and almost 52% growth in net profit before tax expense to 23 795 000 /twenty-three million seven hundred and ninety-five thousand/ BGN in 2013 versus 11 507 000 /eleven million five hundred and seven thousand/ BGN in 2012.

Prista oil Products are included in DEKRA Betriebsstoff-Liste Trans aktuell spezial proffecinal magazine



What is DEKRA?

DEKRA SE is one of the world's leading expert organizations. The company currently runs activities in more than 50 countries. More than 28,000 employees are committed to ensuring long-term safety, quality and environmental protection. The DEKRA Business Units "Automotive", "Industrial" and "Personnel" provide professional and innovative services in the fields of vehicle testing, expert appraisals, international claims settlement, consulting, industrial testing, product testing, certification, environmental protection and qualifications. In 2012, DEKRA generated sales totaling almost 2.2 billion euros.

DEKRA provides certification of

management systems as well as technical support, testing and certification of a wide range of products throughout their life cycle. Our expert services comply with both national and internationally accepted regulatory requirements. Our experienced personnel, who work in fully equipped state-of-the-art laboratories, can meet all of your safety and performance testing needs, whether they are electrical, mechanical, chemical or electromagnetic.

Trans aktuell spezial, the **DEKRA Betriebsstoff-Liste**, is in its 21st successful year with a distributed circulation of 40,000 copies. Ever since it was first published it has been a comprehensive and informative magazine for car dealers, mechanics as well as fleet

managers. Manufacturers and dealers of lubricants consider the **DEKRA Betriebsstoff-Liste** as the indispensable councilor on greases, oils, lubricants and coolants and also highly recommend its comprehensive tables and great variety of reports. Trans aktuell spezial contains requirements, addresses and selling structures of vehicle manufacturers.

<http://www.eurotransport.de/>

4=5

КУПУВАШ 4 ЛИТРА - ПОЛУЧАВАШ 1 ЛИТЪР ПОДАРЪК!

В ПРОМОЦИЯТА УЧАСТВАТ СЛЕДНИТЕ ПРОДУКТИ:



ПРИСТА СУПЕР ДИЗЕЛ 15W40 4л.
ПРИСТА СУПЕР БЕНЗИН 10W40 4л.
ПРИСТА СУПЕР БЕНЗИН 15W40 4л.
ПРИСТА ЛИДЕР 10W40 4л.
ПРИСТА ЛИДЕР 15W40 4л.

*Подаръкът от 1л е от същия вид като закупения продукт.



Кампанията е валидна до 01.06 или до изчерпване на промоционалните количества.
За повече информация се обърнете към служителите на обектите.

ПРИСТА ОЙЛ ХОЛДИНГ ЕАД
София 1407, ул. "Златен рог" 20, тел. 02/9620110, office@prista-oil.bg, www.prista-oil.com


ЕНЕРГИЯ ЗА ХОРАТА