

МЕЖДИНЕН ДОКЛАД ЗА ДЕЙНОСТТА

НА ЕВРОХОЛД БЪЛГАРИЯ АД,

СЪДЪРЖАЩ ИНФОРМАЦИЯ ЗА ВАЖНИ СЪБИТИЯ,
НАСТЪПИЛИ ПРЕЗ ПЪРВО ТРИМЕСЕЧИЕ НА 2010
ГОДИНА

НА ЕВРОХОЛД БЪЛГАРИЯ АД,

**съдържащ информация за важни събития, настъпили през първо тримесечие на
2010 г. и с натрупване от началото на текущата година**

съгласно чл. 100о, ал.4, т.2 от ЗППЦК

Дейността на Еврохолд България АД през първо тримесечие на 2010 г. основно е насочена към интегрирането на трите основни бизнес направления в структурата на холдинга – Продажба на автомобили – Лизинг – Застраховане, съответно чрез трите подхолдинга Авто Юнион Груп, Евролийз Груп и Евроинс Иншурънс Груп.

От началото на годината Еврохолд разработи и пусна на пазара няколко нови продукта за своите настоящи и бъдещи клиенти. Пример за това освен продължаващият уникален „Mazda Кеш лизинг”, са и нововъведените „Fiat Лизинг”, „Lancia лизинг”, „Alfa Romeo лизинг”, които се предлагат съвместно с Евролийз Ауто. Същевременно, в сътрудничество с Евроинс за фирмите от АЮГ и техните дилъри бе разработен и пуснат специалният продукт „Каско 4x4”, който няма аналог в момента. Тази застраховка позволява на клиентите да получат фиксирано тарифно число от 4% за следващите 4 години, при покупка на автомобил от марките, предлагани от Авто Юнион Груп.

Авто Юнион Груп продължава с инвестиционната си политика по откриването на нови продажбено-сервизни центрове. След открития през декември 2009 година автомобилен салон на Renault, Nissan и Dacia във Велико Търново през м. март Ауто Италия, официален вносител на FIAT и LANCIA за България, откри нов продажбено-сервизен комплекс в град София. Той се намира на бул. Сливница 618 в посока Божурище. Комплексът разполага с изложбена площ, сервизен център, магазин за резервни части и офисни помещения. В него се предлага разнообразие от леки и лекотоварни автомобили от марките FIAT, LANCIA, ALFA ROMEO и FIAT Professional. Клиентите имат възможността да разгледат над 20 различни модела и да тестват избран от тях автомобил. Продажбено-сервизният комплекс разполага и със собствен стол за хранене, служебен паркинг, паркинг за гости и паркинг за нови автомобили. В близко бъдеще предстои откриване на още няколко точки на продажба и сервиз на марките Fiat, Lancia, Alfa Romeo и Mazda.

За първо тримесечие на 2010 година пазарният дял на Авто Юнион Груп (АЮГ) достига 13.1% с общо 518 реализирани продажби спрямо 9% пазарен дял към края на първото тримесечие на 2009 г. Само за месец март групата е постигнала рекорден пазарен дял от 17.3% с 255 продадени леки и лекотоварни автомобили спрямо 220 за месец Март 2009 или 15% ръст. За сравнение за същият период, автомобилният пазар в страната отбелязва спад от 40%. Този резултат поставя АЮГ на първо място при търговците на нови автомобили в България, позиция която АЮГ зае и в края на 2009 година с 11.5% пазарен дял.

За добрите резултати на автомобилната група допринасят всички марки. С най-голям принос за успеха на АЮГ са Fiat (102 автомобили и пазарен дял 2.6%), Mazda (90 автомобили и пазарен дял 2.3%) и Nissan (73 автомобили). Почти двукратно нарастват продажбите на Renault за първо тримесечие – от 37 автомобили през 2009 година на 69 през 2010 година. Добри резултати записват и останалите марки от групата – Opel и Chevrolet, представлявани от дилърите Булвария и Каргоекспрес.

Само за месец март, АЮГ е увеличил продажбите си с 81% спрямо февруари, като за този резултат най-голяма заслуга имат Mazda (50 автомобили), Fiat (43 автомобили) и Renault (38 автомобили).

**ВЛИЯНИЕ НА ВАЖНИТЕ СЪБИТИЯ ЗА ЕВРОХОЛД БЪЛГАРИЯ АД,
НАСТЪПИЛИ ПРЕЗ ПЪРВО ТРИМЕСЕЧИЕ НА 2010 Г., ВЪРХУ
РЕЗУЛТАТИТЕ ВЪВ ФИНАНСОВИЯ ОТЧЕТ КЪМ 31.03.2010 Г.**

През отчетния период не са настъпили важни събития, които да повлияят на резултатите във финансовия отчет за първо тримесечие.

ОПИСАНИЕ НА ОСНОВНИТЕ РИСКОВЕ И НЕСИГУРНОСТИ,

ПРЕД КОИТО Е ИЗПРАВЕНО ЕВРОХОЛД БЪЛГАРИЯ АД ПРЕЗ ОСТАНАЛАТА ЧАСТ ОТ ФИНАНСОВАТА ГОДИНА

Дейността на Еврохолд България АД е свързана основно с инвестиции в съучастия и генериране на приходи под формата на дивиденди от тях. В този смисъл, основните рискове и несигурности пред Еврохолд България АД са свързани с инвестиционни проекти на дъщерните му дружества, а именно:

СЕКТОРЕН РИСК

Секторният риск се поражда от влиянието на технологичните промени върху доходите и паричните потоци в този отрасъл, агресивността на мениджмънта, силната конкуренция на външни и вътрешни производители и др.

БИЗНЕС РИСК

Предопределя се от самото естество на дейност на компанията. Еврохолд България АД развива дейност в четири основни бизнес направления – финансово, продажба на автомобили, недвижими имоти и производство. Най-голям бизнес риск е концентриран във финансовото направление, където и конкуренцията в сектора е най-голяма.

ФИНАНСОВ РИСК

Допълва бизнес риска, когато се използват средства под формата на заеми или дългови ценни книжа при осъществяване на дейността на дружеството, плащанията за тези средства представляват фиксирано задължение. Еврохолд България АД е в състояние да покрива всички свои задължения и не е изправено пред финансов риск.

ФИРМЕН РИСК

Основният фирмен риск за Еврохолд България АД е свързан с възможността за намаляване на приходите от продажби на дружествата, в които участва. Това оказва влияние върху получаваните дивиденди. В тази връзка фирменият риск може да окаже влияние върху ръста на приходите на дружеството, както и върху промяната на рентабилността.

Фирменият риск обединява бизнес риска и финансовия риск.

ЛИХВЕН РИСК

Лихвеният риск е свързан с възможността нетните доходи на компаниите да намалее вследствие на повишение на лихвените равнища, при които емитентът може да финансира своята дейност. Еврохолд България АД управлява този риск

посредством балансираното използване на различни източници на финансов ресурс.

ВАЛУТЕН РИСК

Като цяло, дейността на Еврохолд България АД не генерира валутен риск, тъй като основните парични потоци на дружеството са в лева и в евро.

ЛИКВИДЕН РИСК

Ликвидният риск е минимизиран предвид наличието на добре развита политика по управление на парични потоци в групата и поддържането на висока степен на платежоспособност и ликвидност на компанията.

ИНФОРМАЦИЯ ЗА СКЛЮЧЕНИ ГОЛЕМИ СДЕЛКИ МЕЖДУ СВЪРЗАНИ ЛИЦА ПРЕЗ ПЪРВО ТРИМЕСЕЧИЕ НА 2010 Г.

През отчетния период не са сключвани големи сделки между свързани лица.

27.01.2010 г.

Изпълнителен директор:

Асен Минчев