

МЕЖДИНЕН КОНСОЛИДИРАН ДОКЛАД ЗА ДЕЙНОСТТА

НА ЕВРОХОЛД БЪЛГАРИЯ АД,

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

МЕЖДИНЕН КОНСОЛИДИРАН ДОКЛАД ЗА ДЕЙНОСТТА
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

Съгласно консолидирания финансов отчет за първо полугодие на текущата година приходите от дейността на компанията са в размер на близо 206 милиона лева спрямо 196.6 милиона лева за първите шест месеца на 2009 година. Приходите от оперативна дейност нарастват от 171 милиона лева за предходния период до 193 милиона лева за текущото шестмесечие. Групата отчита загуба за периода в размер на 4.7 милиона лева.

Собственият консолидиран капитал на групата Еврохолд е в размер на 171.4 милиона лева. Текущите пасиви на групата за отчетния период намаляват до 202.5 милиона лева спрямо 205.9 милиона лева за същия период на 2009 година. Значително намаляват заемите от банки и други финансови институции - от 171.8 на 152.5 млн. лева. Задълженията по облигационни заеми намаляват с 4 млн. лв. Вследствие на намаления дълг, намаляват и разходите за лихви - от 9.6 млн. лв. на 7.5 млн. лева. Холдингът отбелязва положителен паричен поток от оперативна дейност в размер на 24 млн. лв. спрямо отрицателен в размер на 10.6 млн. лв. за шестмесечието на 2009 година.

ЕВРОИНС ИНШУРЪНС ГРУП

През първата половина на 2010 година Евроинс Иншурънс Груп (ЕИГ) реализира приходи от застрахователни премии в размер на 126 милиона лева спрямо 123 милиона лева за същия прериод на предходната година. Ръстът в размер на 2% се дължи основно на дейността на дружеството в Румъния, а по видове застраховки - на нарастването на приходите от застраховка «Гражданска отговорност на автомобилистите» и застраховка «Имущество», съответно с 9% и 10% през 2010 спрямо 2009 година. Ръстът на премиения приход на Евроинс Румъния се дължи и на значително нарастване на цената на полиците по застраховка «Гражданска отговорност» на автомобилистите като към края на месец юли средната цена достига 281 лева. За първите седем месеца на тази година се запазва тенденцията на нарастване на премиения приход спрямо същия период на предходната година, макар и с по-бавен темп.

За първата половина на 2010 година ЕИГ реализира консолидирана загуба в размер на 0.6 милиона лева спрямо загуба от 3.4 милиона за същия период на 2009 година. Намалението на загубата спрямо предходния период е над 5 пъти и се дължи основно на значителното подобрене на техническата печалба на компаниите от групата.

През отчетния период от 01.01.2010 г. до 30.06.2010 г. са настъпили следните съществени факти и обстоятелства в дейността на дружествата от групата на Евроинс Иншурънс Груп:

➤ **Евроинс България**

За първото полугодие на 2010 г. “ЗД Евроинс” АД (Евроинс) регистрира брутен премиен приход от 34 млн. лева или 6.8% спад спрямо същия период на 2009 година. Представянето на компанията е по-добро от това на пазара на общо застраховане, който регистрира спад от 8.1% за първите пет месеца на 2010 година, по последни данни на Комисията за финансов надзор.

През първите шест месеца на 2010 година Евроинс реализира нетна загуба от 25 хил. лева спрямо загуба от 876 хил. лева за същия период на 2009 година.

За периода от 01.01.2010 г. до 30.06.2010 г. най-голям дял в портфолиото на компанията продължават да заемат автомобилните застраховки “Каско” (40.7%) и “Гражданска отговорност, свързана с притежаването и използването на МПС” (35.2%) или общо 75.8% от премиения приход. Това е спад с по-малко от 2 пункта спрямо същия период на 2009 година, когато дялът на автомобилните застраховки е бил 77.5%.

Настъпилите щети, нетни от презастраховане, са в размер на 14.5 млн. лева за второто тримесечие на 2010 г. и са с 3.3% по-малко от същия период на 2009 г., когато са били 15 млн. лв. Квотата на щетимост, нетна от презастраховане, е 50.3% за периода, което е с 2 пункта подобрене спрямо същия период за 2009, когато е била 52.7%.

Компанията продължава да следва дългосрочната си стратегия за оптимизация на разходите. В резултат на това административните разходи през второто шестмесечие на 2010 г. са 6.1 млн. лева или 16.4% подобрене спрямо първите шест месеца на 2009 г., когато са били 7.3 млн. лева.

Нетният резултат от инвестиционна дейност за периода е отрицателен в размер на 108 хил. лева спрямо печалба от 397 хил. лева за същия период на 2009 г.

Общо капиталът и резервите на дружеството в края на месец юни 2010 г. възлизат на 13.6 млн. лева, приблизително на нивото от 14.1 млн. лева към 30.06.2009 г.

Евроинс продължава да осъществява иновативна продуктова политика и да предлага разнообразни и нестандартни застраховки на българския пазар. Така например, нов продукт “Каско на МПС” с името “4x4” беше разработен и понастоящем се предлага за продажба.

От 01.04. до 30.06.2010 г. се извърши “Великденска промоция” по застраховка “Имущество”. Промоцията беше предназначена за физически и юридически лица, като им предоставяше право да сключват полици с допълнителна отстъпка през периода на нейното провеждане. Целта на кампанията беше постигната като бяха запазени

съществуващите и привлечени нови клиенти по застраховки “Имущество” чрез подобри условия, които нямат аналог на застрахователния пазар.

През м. май 2010 г. ЕВРОИНС стартира кампания “Благодаря!”. Кампанията е насочена към кръводарителите чрез предоставяне на специални преференции по застраховки “Злополука и общо заболяване” и “Имущество на физически лица”.

През месец юни 2010 година ЕВРОИНС пушна на пазара и комбинирана полица “Дом, кола и здраве” в отговор на повишените изисквания на клиентите и оптимално задоволява нуждите им от застраховане на имуществото, колата и здравето.

С цел подобряване на обслужването на клиентите беше въведена и нова процедура за обработка на щети по застраховки “Имущество”, която гарантира бързото и качествено уреждане на претенции в цялата страна.

Компанията поддържа политиката си на реструктуриране на портфолиото и редуциране на дела на автомобилните застраховки. През периода беше разработена система за оценка и допълнително стимулиране на агенциите. Системата има за цел повишаване ефективността от работата на агенциите и насърчаване на пласмента на неавтомобилни застраховки. Беше създаден и специализиран екип от регионални координатори, които съдействат на всички офиси в страната с работата си в сферата на обучението и маркетинга.

➤ **Евроинс Румъния**

За второто тримесечие на 2010 г. Евроинс Румъния регистрира брутен премиен приход от 86 млн. лева или 8.5% ръст спрямо същия период на 2009 г. През първите шест месеца на 2010 година компанията реализира нетна загуба от 907 хил. лева спрямо загуба от 3.8 млн. лева за същия период на 2009 г.

През отчетния период Евроинс Румъния разшири гамата на застрахователното си портфолио с няколко нови продукта, които бяха специално разработени за румънския пазар. Компанията предлага на своите настоящи и бъдещи клиенти следните нови видове застраховки:

- застраховка „АН1 N1 Медицински разходи”;
- застраховка “Загуба на документи”,
- застраховка "Имущество – три риска"

Новите застрахователни продукти са разработени в отговор на повишените изисквания на развиващия се застрахователен пазар. Освен това, Евроинс Румъния работи и в насока подобряване на условията по съществуващите продукти, като например застраховка „Медицински разходи при пътуване в чужбина”.

Освен с разработването и предлагането на нови застрахователни продукти през изминалия период, Евроинс Румъния продължава и с подобряване на оперативната си дейност в двете основни направления на застрахователния бизнес:

- Относно дейността по уреждане на претенции, през отчетния период бяха подобрени вътрешните правила и процедури чрез създаване на структура за предприемане на проактивни мерки във връзка с предявени нематериални щети

по застраховка „Гражданска Отговорност“. Освен това, се въведоха критерии за оценка на инспекторите, които отговарят за обработването на щетите, предявени от клиентите на компанията.

- Относно дейността по продажба на застрахователни полици, беше въведена бонус-малус система за тарифиране на застраховка „Гражданска Отговорност“ и започна издаване на електронни полици по застраховка „Гражданска Отговорност“. В допълнение на това, Евроинс Румъния продължи с политиката си за подобряване обслужването на клиентите чрез мотивиране и допълнително стимулиране на своите агенти и посредници чрез въвеждане на нови критерии за оценка на агенциите като се провеждат ежедневни съревнования за брой сключени полици "Имущество", "Злополука", "Медицински разходи".

➤ **Евроинс Македония**

За първото полугодие на 2010 г. Евроинс Македония регистрира брутен премиен приход от 6.5 млн. лева или 0.1% ръст спрямо същия период на 2009 г. През първите шест месеца на 2010 година компанията реализира нетна загуба от 311 хил. лева спрямо загуба от 341 хил. лева за същия период на 2009 г.

През отчетния период Евроинс Македония запазва стабилните си позиции на македонския застрахователен пазар. Тенденцията за малък, но стабилен ръст в премиения приход и това тримесечие е налице. На фона на низходящата тенденция за целия застрахователен пазар в Република Македония, Евроинс запазва ценовите равнища на предлаганите продукти, независимо от увеличената конкуренция в страната с навлизането на Кроация, Република Хърватска и Уника, Австрия на застрахователния пазар.

Важно е да се отбележи, че през отчетния период клиенти на компанията станаха Централната Банка на Република Македония и най-голямата банка в Република Македония – Комерциална банка.

С оглед постигане на по-добър контрол на риска са осъвременени условията по застраховка „Каско на МПС“. В допълнение на това, Евроинс Македония продължи с наложената на холдингово ниво политика за подобряване обслужването на клиентите чрез мотивиране и допълнително стимулиране на своите агенти и посредници. В тази връзка, както и в другите компании от холдинга, бяха въведени нови критерии за оценка и изплащане на комисионните на агенциите.

➤ **Евроинс Здравно Осигуряване**

За първата половина на 2010 г. Евроинс Здравно Осигуряване регистрира брутен премиен приход от 0.7 млн. лева или 31.1% ръст спрямо същия период на 2009 г. През първите шест месеца на 2010 година компанията реализира нетна загуба от 125 хил. лева спрямо печалба от 46 хил. лева за същия период на 2009 г.

В резултат на по-малкия спад в продажбите си спрямо пазара Авто Юнион Груп успява да забави темпа на генерираната загуба за годината. Към края на първо тримесечие тя е 2 281 хиляди лева, а към края на второ тримесечие само 2 998 хиляди, което е намаление над 3 пъти на тримесечна база.

По-добрите резултати са следствие на по-високата брутна печалба на групата – 28.1% средно спрямо 27.3% през първо тримесечие, постигната с предлагането на комплексни продукти в партньорство с други фирми от групата на Еврохолд България– ЗД Евроинс и Евролийз Ауто.

През второ тримесечие Авто Юнион Груп реализира и спестяване в разходите си. Там нарастването е със 110%, сравнено с нарастване на приходите с 131%. Най-значимите спестявания са реализирани в други разходи и разходи за материали.

Нивата на финансовите разходи на групата са сравнително постоянни и поради факта, че основната част от тях са фиксирани – по облигационната емисия на дружеството.

За първите шест месеца на 2010 година пазарният дял на Авто Юнион Груп (АЮГ) е 13% с общо 1,111 реализирани продажби спрямо 10.5% пазарен дял към края на първото шестмесечие на 2009г. За месец юни групата е постигнала пазарен дял от 13.1% с 225 продадени леки и лекотоварни. Автомобилният пазар в страната отбелязва спад от 40% за периода януари-юни, докато при АЮГ той е доста по-нисък на ниво от -26.8% . 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 техните изгодни и привлекателни предложения – нестандартните 20% ДДС на Мазда, новите Фиат Пунто Ево, Дачия Дъстър, Опел Астра и Шевролет Круз, изгодните пакети за оборудване при Рено и Нисан. С най-голям принос за успеха на АЮГ е Fiat (които увеличават продажбите си с 8.2% спрямо същия период на миналата година, а пазарния си дял от 1.6% на 2.9%). Продажбите на Renault също отбелязват ръст от почти 28% за първите шест месеца на 2010 спрямо 2009 г. Значителен ефект върху представянето на АЮГ оказват и успешните съвместни продукти с останалите направления в Еврохолд България – застраховане и лизинг. Бяха пуснати атрактивни условия за застраховане с промоцията «Каско 4x4» с Евроинс – гарантирано тарифно число от 4% за срок от 4 години. За всеки автомобилен бранд е разработен лизинг съвместно с Евролийз Ауто според нуждите на клиентите – Мазда Кеш лизинг, Фиат лизинг, предстои пускането на нови иновативни продукти и за останалите марки. Рент-а-кар компаниите Avis и Budget съществено подкрепят продажбите на АЮГ в две основни групи – направените флийт сделки с големи корпоративни клиенти и подмяна на краткосрочния си автомобилен парк.

Само за месец юни АЮГ е увеличил продажбите си с 26.5% спрямо май, докато пазарът е нараснал с малко над 11% като за този резултат най-голяма заслуга имат Fiat (58 автомобили), Opel (39 автомобили), Nissan (34 автомобили) и Mazda (32 автомобили).

Увеличените продажби през юни потвърждават тенденция за възстановяване на пазара на автомобили. Основни движещи сили са високите ценови отстъпки и по-лесния достъп до лизингово финансиране на клиентите, но фактор на стабилност за растеж през следващите месеци ще бъде очакваното увеличение на търсенето, основно от страна на фирмите. Очакванията са всеки оставащ месец от 2010 г. да компенсира ниските продажби от началото на годината и изоставането на пазара да бъде сведено до около 20% средно за 2010 г.

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.

ЕВРОЛИЙЗ ГРУП

През последната година вземанията по лизингови договори на Евролийз Ауто България намаляват с 10%, вследствие на намалените обеми в продажбите на нови автомобили. През последните 3 месеца Евролийз Ауто България продължи да усвоява активно новите кредити, които договори в началото на годината. За първи път през последните 12 месеца, компанията отчете ръст на портфейла на месечна база, в резултат на по-високия коефициент на проникване в дилърите от групата на Авто Юнион.

Евролийз Ауто отчита 10% пазарен дял от новогенерирания бизнес при лизинговане на леки автомобили и заема място сред трите най-активни компании в този сегмент през първата половина на 2010 година. Печалбата на компанията намалява с приблизително 50% заради отчетения спад на обема новогенериран бизнес и по-тесния лихвен спред при отпускане на новите договори за лизинг.

През последната година румънската лизингова компания предприе мерки за намаляване на оперативните разходи на компанията, в резултат на което текущите разходи намаляват с 55%, а загубата на компанията намалява с 65%. Евролийз Ауто Румъния е на последен етап по договаряне на кредитна линия за финансиране на нов бизнес и се очаква договорът да бъде финализиран през следващото тримесечие.

Вземанията по финансов лизинг на Евролийз Ауто Македония се увеличават с 14% през последната година. Приходите от лихви на компанията нарастват през последните 6 месеца четири пъти в резултат на реализирания ръст на портфейла.

През последните 6 месеца новосформираната Евролийз Груп реализира печалба в размер на близо 1.1 милиона лева на консолидирано ниво.

ЕВРОХОЛД БЪЛГАРИЯ (ИНДИВИДУАЛНА БАЗА)

Съгласно неконсолидирания финансов отчет на дружеството за първо тримесечие на 2010 година загубата е в размер на 1.66 милиона лева. Отчетеният резултат намалява загубата с 42% спрямо същия период на 2009 година. Към 30.06.2010 година загубата на компанията на индивидуална база възлиза на 3.26 милиона лева, което представлява 43% намаление на загубата, сравнено с първо полугодие на 2009 година.

Общите разходи на Еврохолд България отчитат тенденция на намаление от началото на текущата година като в края на първо полугодие са в размер на 4.76 милиона лева спрямо 8.07 милиона лева за първите шест месеца на 2009 година. Разходите за лихви намаляват до 1.9 милиона лева за първо тримесечие на 2010 година спрямо 2.9 милиона лева за същия период на 2009 година вследствие на редуцирания дълг на компанията. За цялото първо полугодие тенденцията се запазва като разходите за лихви са намалели спрямо съпоставимия период на миналата година и са в размер на 3.87 милиона лева.

Приходите за първите три месеца на 2010 година са нараснали с над 20% като достигат 742 хиляди лева. В края на второ тримесечие общите приходи възлизат на 1.50 милиона лева спрямо 2.35 милиона лева, отчетени през същия период на 2009 година. Приходите от лихви за първо тримесечие са 462 хиляди лева спрямо 350 хиляди лева за съпоставимия предходен период. В края на второ тримесечие отново е отчетено повишение на приходите от лихви като те достигат 922 хиляди лева в сравнение с 704 хиляди за същия период на 2009 година.

Към края на м. март активите на компанията възлизат на 320 милиона лева, а за полугодие са в размер на 318.4 милиона лева, съпоставени с 316.4 милиона лева към края на 2009 година. Собственият капитал е в размер на 188 милиона лева в края на първо тримесечие и 186 милиона лева в края на първо полугодие.

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.

Дейността на Еврохолд България АД от началото 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. Към края на м. юни процесът по интегриране приключи напълно като са налице и първите положителни резултати.

**ВЛИЯНИЕ НА ВАЖНИТЕ СЪБИТИЯ ЗА ЕВРОХОЛД БЪЛГАРИЯ АД,
НАСТЪПИЛИ ПРЕЗ ВТОРО 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 второ тримесечие.

ОПИСАНИЕ НА ОСНОВНИТЕ РИСКОВЕ И НЕСИГУРНОСТИ,

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

Осъществявайки дейността си, дружествата от групата са изложени на многообразни финансови рискове: пазарен риск (включващ валутен риск, риск от промяна в справедливата стойност на финансовите инструменти под влияние на пазарните лихвени нива и ценови риск), кредитен риск, ликвиден риск и риск от промяна на бъдещите парични потоци в резултат на промяна в пазарните лихвени нива. Програмата за цялостно управление на риска е съсредоточена върху непредвидимостта на финансовите пазари и има за цел да намали евентуалните неблагоприятни ефекти върху финансовия резултат на групата.

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

Групата е изложена на лихвен риск във връзка с използваните банкови и търговски кредити тъй като една част от получените заеми са с променлив лихвен процент договорен като базисна лихва (EURIBOR/LIBOR) завишена с определена надбавка. През 2009 година заемите с променливи лихвени проценти са деноминирани в евро.

Размерът на лихвените проценти е посочен в съответните приложения.

ВАЛУТЕН РИСК

Групата е изложена на валутен риск чрез разплащанията в чуждестранна валута и чрез активите и пасивите си, които са деноминирани в чужда валута. В резултат от експозициите в чужда валута възникват печалби и загуби, които са отразени в отчета за приходите и разходите. Тези експозиции съставляват паричните активи на Групата, които не са деноминирани във валутата, използвана във финансовите отчети на местните дружества.

Групата няма инвестиции в други държави извън държавите, в които оперира – България, Румъния, Македония, Холандия, Сърбия и Турция. В случаите, когато местната валута е изложена на значителен валутен риск, управлението му се постига чрез инвестиции в активи, деноминирани в Евро.

КРЕДИТЕН РИСК

Кредитният риск на Групата е свързан предимно с търговските и финансови вземания. Сумите, представени в баланса, са на нетна база като изключват провизиите за съмнителни вземания, оценени като такива от ръководството, на база предишен опит и текущи икономически условия.

ЛИКВИДЕН РИСК

Ликвидният риск е рискът групата да не може да изпълни финансовите си задължения тогава, когато те стават изискуеми. Политиката в тази област е насочена към гарантиране наличието на достатъчно ликвидни средства с които да бъдат обслужени задълженията когато същите станат изискуеми включително в извънредни и непредвидени ситуации. Целта на ръководството е да поддържа постоянен баланс между непрекъснатостта и гъвкавостта на финансовите ресурси чрез използване на адекватни форми на финансиране. Управлението на ликвидния риск е отговорност на ръководството на групата и включва поддържането на достатъчна наличност от парични средства, договаряне на адекватни кредитни линии, изготвяне анализ и актуализиране на прогнози за паричните потоци.

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

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

30.08.2010 г.

Изпълнителен директор:

Асен Минчев