

■ ЛИЦАТА НА FIBANK ■



Константин Арнаулов,

Директор „Корпоративно
банкиране“

Константин Арнаулов е Директор „Корпоративно банкиране“ във Fibank. Професионалният му опит в банковата сфера започва през 1997 г. в ТБ Биохим АД, като до 2004 г. е работил като счетоводител-касиер, валутни преводи, дилърски операции и Relationship Manager на клиенти от сегмент Малки и средни предприятия (МСП). Присъединява се към екипа на Първа инвестиционна банка през 2004 г. като кредитен инспектор в дирекция „Кредитиране на МСП“. От 2007 г. е преназначен на позиция Главен специалист. От 2010 г. става заместник-директор на дирекция „Кредитиране на МСП“. През 2012 г. заема позицията на заместник-директор на дирекция „Корпоративно банкиране“, а от март 2018 г. оглавява същата дирекция.

Описва себе си като позитивен и отговорен към всичко, с което се захване.

На стр. 2

■ НОВИ ПРОДУКТИ ■

Дайнърс клуб България и Fibank разработиха кредитната карта от ново поколение **Evolve**



Дайнърс клуб България, съвместно с Fibank, разработиха кредитната карта Evolve - продукт от ново поколение, съчетаващ в себе си най-добрите възможности, предлагани от два световни бранда - Diners Club International и Mastercard®. Картата Evolve предлага двойно

повече възможности на своите притежатели.

Evolve е първият продукт, обединяващ двата световни бранда, който съчетава в себе си удобството и сигурността на кредитна карта, клубна принадлежност и нови технологии.

На стр. 3

■ НИЕ ОТ FIBANK ■

Fibank откри нов офис в Пловдив



Fibank (Първа инвестиционна банка) откри нов офис в Пловдив, който се намира в ж.к. Тракия, комплекс „Тракия Плаза“, на ул. „Съединение“ № 41, с работно време от 9 ч. до 17.30 ч. от понеделник

до петък.

На официалното събитие присъстваха дългогодишни клиенти, бизнес партньори и приятели на банката. Лентата прерязаха г-жа Севдалина Василева - Изпълнителен ди-

ректор и член на УС на Fibank, г-н Кирил Игнатов - Директор „Клонова мрежа“, г-н Илия Ботев - Регионален мениджър на Fibank и г-жа Зоя Трайкова - Управител на клон Пловдив.

На стр. 3

■ ЛИЦАТА
НА FIBANK ■

Константин Арnaudов,

Директор „Корпоративно
банкиране“

ОТ СТР. 1

- Г-н Арnaudов, Вие сте директор на една от най-динамичните дирекции в банката – „Корпоративно банкиране“. Какви качества са нужни, за да бъде един банкер част от Вашия екип?

- Сред най-важните качества се нареждат уменията за работа с клиенти; да работи в екип; да има желание постоянно да надгражда познанията си; да е отворен към новите тенденции и добрите нови практики. Разбира се, необходимо е да има аналитичен ум и не на последно място да бъде лоялен и отдаден на работата си.

- Каква според Вас ще бъде банката на бъдещето в следващите 50 години?

- Следвайки дигитализацията, банките са по-близо от всякога до своите клиенти. Предимство за съвременното поколение е да носи в своя смартфон възможностите на дигиталното банкиране и да извършва операции от всяка точка на света само с няколко клика. Fibank дава възможност на своите клиенти чрез мобилното приложение My Fibank да банкират 24/7 независимо къде се намират. Наблюдава се тенденция все повече услуги да преминават към самообслужване и автоматизация. Въпреки това, според мен има звена във всяка една сфера, които няма да бъдат заменени. Те са свързани с грижата за човека, с работата с хората и разбирането им, с даването на ценен съвет от експерт в определена област, а когато



Константин Арnaudов, Директор дирекция Корпоративно банкиране - победител в категория „Постигане на максимално високи резултати в работата“ в програмата „Заедно можем повече“ получава наградата от г-н Светозар Попов, Изпълнителен директор на Fibank

говорим за банките – това се отнася и до подготвянето на персонални финансови решения. Кредитната дейност е едно от звената в банката, при които професионалният човешки фактор е от голямо значение.

- Кои са сферите, в които оперират едни от най-големите корпоративни клиенти на Fibank?

- Fibank е в челните позиции по размер на портфейла на корпоративните кредити, в които има кредити на предприятия от всички сфери на икономиката – търговия, производство, туризъм, селско стопанство, енергетика, горива и други.

- Имате ли наблюдения дали се оформят нови, модерни ниши, в които клиентите желаят да се развиват и търсят партньорството на банката?

- Сътрудничеството с финтех компаниите е актуална тема. В световен мащаб именно банките и финтех компаниите са тези, които инвестират изключително много в дигитализиране на

предлаганите продукти и услуги. В момента се обсъжда съвместно разработване на софтуерни приложения, ЕРП системи, които заедно с отварянето на банковия код през 2019 година биха допринесли за развитието на пазара на финансови услуги.

- Какво е състоянието на българския бизнес към момента?

- Подобрена глобална икономическа среда допринася за стабилния икономически растеж в България. Растежът на инвестициите се определя от нарастването както на публичните, така и на частните инвестиции. Увеличаването на публичните инвестиции се дължи главно на ускоряване на инвестициите по програми на ЕС, а увеличението на потреблението беше подкрепено от запазващата се дългосрочна тенденция към подобрение на потребителското доверие, нарастването на заетостта и увеличаване на доходите от труд на домакинствата. Това бе подкрепено също и от ниските нива на лихвените проценти, които стимулират търсенето на потребителски

кредити.

Бизнес климатът е благоприятен за икономически сектори като строителство, промишленост и услуги. За съжаление основен проблем остава най-важният капитал - човешкият - компаниите продължават да изпитват глад на кадри - най-вече за тесни специалисти и изпълнители на задачите.

- За какви проекти най-често бизнесът търси подкрепата на Fibank?

- Проектното финансиране е силна страна на банката. Ние във Fibank приемаме новите идеи от бизнеса. С охота подпомагаме развитието на проекти, даващи добавена стойност, която остава в страната.

- С какво Fibank печели и задържа през годините своите корпоративни клиенти?

- Взаимоотношенията между банка и клиент се градят с години, но и се поддържат ежедневно. Ние от Fibank вече 25 години стоим стабилно до нашите клиенти и заедно вървим всеки ден по пътя на реализирането на иновативни идеи и успешни проекти.

■ НОВИ ПРОДУКТИ ■

От стр. 1

Обединявайки две картови системи в един продукт, притежателят на Evolve разполага с всички възможности на Diners Club International и Mastercard®, без да е необходимо да помни множество ПИН кодове, да следи различни лимити, извлечения и банкови сметки. Клиентите с кредитни карти Evolve сами могат да изберат кой от двата бранда - Diners Club® или Mastercard®, да използват при извършване на плащане.

Притежателите на продукта, освен кредитна карта, получават и редица привилегии като: възможност за безплатен достъп и консумация до над 800 летищни салона в цял свят; участие в cashback програмата на Дайнърс клуб България, която им позволява възстановяване на 1% от реализирания оборот при търговци; включване във всички наградни програми, включително и Priceless програмата на Mastercard® за помощ при организиране на пътувания и резервации чрез Concierge програма; безплатна застраховка при пътуване в чужбина и множество регионални и международни програми за отстъпки.

Картата се издава безплатно от Дайнърс клуб България и позволява безконтактни плащания в търговски обекти в България и чужбина, както

Дайнърс клуб България и Fibank разработиха кредитната карта от НОВО ПОКОЛЕНИЕ Evolve



и сигурност на плащанията в интернет чрез използване на еднократна 3D парола.

Всеки желаещ да получи кредитна карта Evolve може да избере една от трите разновидности - MasterCard Classic, Diners Club - Mastercard First Lady Pink и Diners Club - Mastercard First Lady Red.

Новата кредитна карта Evolve бе представена на

специално организирано събитие, на което присъстваха г-жа Ваня Манова - Мениджър на Mastercard за България и Македония, г-жа Севдалина Василева - Изпълнителен директор и член на УС на Fibank (Първа инвестиционна банка) и г-н Симеон Илиев - Изпълнителен директор на Дайнърс клуб България.

„Първа инвестиционна банка отново затвърди по-

зициите си на лидер във финансовите иновации на българския пазар. Смятам, че с обединението на предлаганите услуги от два световни бранда като Diners Club International и Mastercard® ще можем да осигурим още по-добро потребителско изживяване на клиентите.“ — заяви г-жа Севдалина Василева - Изпълнителен директор на Fibank.

■ НИЕ ОТ FIBANK ■

Fibank откри нов офис в Пловдив

ОТ СТР. 1

В обръщението си към гостите на събитието и към целия екип на Първа инвестиционна банка в град Пловдив, г-жа Севдалина Василева - Изпълнителен директор на банката, благодари на всички клиенти за доверието и ползотворното сътрудничество през изминалите години и продължи: „Днес заедно откриваме още един нов офис на Fibank - офис

Тракия Плаза. Изключително приятно ми е да бъда тук с Вас и да споделя този празничен момент. С откриването на всеки нов офис нашето голямо семейство се разраства, а ние сме все по-близо до Вас, нашите клиенти и партньори.

През тази година празнуваме и 25 години от създаването на Първа инвестиционна банка. В нашето динамично ежедневие, да успяваш да подкрепяш добрите идеи, раз-

витието на бизнеса в региона, е признак на устойчивост. Горди сме, че вече над четвърт век, ние сме банката, на която всички Вие се доверявате.“

Вече 21 години Първа инвестиционна банка — най-голямата банка с български капитал, утвърждава своите пазарни позиции и в Пловдив, Асеновград и региона, като печели доверието и развива бизнес отношения с все повече клиенти, заети в секто-

рите промишленост, търговия, услуги, селско стопанство и други. От самото си създаване през 1997 г. клонът на Първа инвестиционна банка работи с много бюджетни организации, като офисите на Fibank в Пловдив и Асеновград са привлекли повече от 93 000 индивидуални клиенти и фирми от местния бизнес. Над 160 са работните места, които банката осигурява в регион Пловдив.

■ ИНТЕРВЮ ■

Ваня Манова, мениджър на Mastercard за България и Македония:

Evolve е кредитна карта от ново поколение

- Картовите разплащания бележат ръст през последните години. Бихте ли споделили какви са тенденциите в България и по-света?

- Устойчивата тенденция за нарастващата употреба на картови трансакции е факт както на международните, така и на местния пазар. Все по-голям брой потребители отдават своето предпочитание на безкасови трансакции. Проучването Masterindex за 2018 г. отчита ежедневно нарастване на използването на карти в България - през 2018 г. 40,2% от картодържателите са използвали своята карта всеки ден, докато през 2017 г. делът им е бил 35%. В същото време потребителите посочват бързината на разплащане като много по-важен показател от сигурността. Данните показват, че българите вече не поставят под въпрос безопасността на картовите трансакции, а по-скоро ценят своето време и удобство. При използването на услугата вече не местоположението е от значение, а наличието на услугата. Благодарение на развитието на инфраструктурата и стартирането на различни мобилни приложения, в това число и дигиталните портфейли, днес в цяла България - в морските или планинските курорти, в София или в други градове, българите и чуждестранните гости плащат чрез техните карти и устройства по същия начин, както във всяка европейска страна.

Българският пазар отбелязва впечатляващ ръст от 151% при безконтактните трансакции, което е далеч над средното ниво, с постоянна тенденция за растеж. През август 2018 г. в България всяка втора картובה трансакция е безконтактна - 49% от всички картови разплащания в търговските



повишеното доверие на българските картодържатели при плащане с карти в чужбина, докато са на почивка или на бизнес пътуване. И това е тенденция през последните 4-5 години, която наблюдаваме не само чрез нашите изследвания. Има няколко причини - първо, картите плащания са много по-удобни и по-бързи от плащанията в брой. Днес осведомеността на хората за ползите и предимствата на картите разплащания е много по-висока. Второ, но не по-малко важно, през последните години нивото на сигурност на картите трансакции се повиши значително.

- Разкажете повече за проекта. Кога и как се зароди идеята?

- Ежедневното нарастване на картови разплащания и непрекъснато увеличаваща се популярност сред потребителите логично доведе до това да улесняваме картодържателите, като им предлагаме още по-богат набор от възможности и приложения при извършване на картови разплащания. По този начин съвсем естествено се зароди идеята за кобандиран продукт в колаборация между лидерите на пазара - Mastercard и Diners Club.

Ето защо създадохме изцяло нов за българския пазар продукт, който съчетава в себе си удобството и сигурността на новите технологии. Evolve е първият

продукт, обединяващ двата световни бранда, който съчетава в себе си кредитна карта, клубна принадлежност и нови технологии.

Evolve е кредитна карта от ново поколение и се издава единствено от Дайнерс клуб България АД като искания за нея могат да бъдат подавани на diners.bg и в офисите на Fibank. Тя съчетава на едно място най-добрите услуги предлагани от двата световни бранда Diners Club и Mastercard и предоставя двойно повече възможности на нейните притежатели. По този начин всеки картодържател разполага с пълните възможности, които предлагат двете световни картови организации **Mastercard и Diners Club**.

- Какви са предимствата на картата Evolve за клиентите?

- Картата Evolve, която позволява безконтактни плащания както в България, така и в чужбина, се издава в три разновидности - Diners Club - Mastercard Classic, Diners Club - Mastercard First lady розова и Diners Club - Mastercard First lady червена.

Притежателите на Evolve получават възможността с един продукт да се възползват от всички привилегии, които предоставят Mastercard и Diners Club International, без да е необходимо да въвеждат множество ПИН кодове, да следят различни лимити, извлечения и банкови сметки. Потребителите сами могат да изберат кой от двата бранда - Mastercard или Diners Club да използват при извършване на трансакция. Картодържателите имат възможност да се включат във всички наградни програми, включително и Priceless програмата на Mastercard за помощ при организиране на пътувания и резервации

чрез Concierge програма; безплатна медицинска застраховка при пътуване в чужбина и множество регионални и международни програми за отстъпки. Всеки картодържател получава възможността за безплатен достъп и консумация до над 800 летищни салона в цял свят. Също така картите от ново поколение Evolve участват в cashback програмата на Diners Club, и имат допълнителна 3D автентикация за онлайн плащания.

Според данните от Masterindex постоянният ръст на българите пътуващи в чужбина продължава - през 2016 г. делът е 50%, 2017 г. нараства до 55%, 2018 г. е 58%. А през 2018 г. наблюдаваме за първа година около 7% от пътниците да плащат предимно или само онлайн за настаняване и билети.

И тъй като българите обичат да пътуват и го правят, вярвам, че притежателите на Evolve ще се насладят на новия продукт.

- Какви са прогнозите Ви за бъдещето на картите разплащания в България?

- Развитието на съвременните технологии ни позволява непрекъснато да се усъвършенстваме и да обогатяваме портфолиото от продукти и услуги, които улесняват потребителите. Бих казала, че бъдещето е в използване на дигитализацията чрез финансови иновации.

Мобилните разплащания ще бъдат все по-приемани от българите поради удобството и безопасността им. Добре развитата безконтактна инфраструктура в България е ключов фактор за това, още повече защото сънародниците ни приемат много положително употребата на иновации. Всеки трети българин използва

повече от 10 цифрови услуги и прекарва повече от пет часа на ден пред своето мобилно устройство, което показва, че България е начело в Европа (данни от проучването Mastercard's Innovation Study 2017). 70% от българите посочват телефона като предпочитана алтернатива за извършване на плащане. Също така 34% от българите биха използвали таблетите си за извършване на плащания, а 16% биха разчитали на смарт устройства, часовници и гривни. Ето защо разработихме услугата Mastercard Digital Enablement Service (MDES), базирана на технология, която осигурява допълнително ниво на сигурност и допълнително спокойствие за потребителите. По този начин потребителите могат ежедневно бързо, лесно и удобно да използват своя мобилен телефон като безконтактна карта за разплащания.

От гледна точка на безопасността биометричното удостоверяване е друга иновация, която ще бъде широко разпознаваема в близко бъдеще. По-голяма част от потребителите предпочитат използването на биометрични данни, а не пароли, за удостоверяване на плащания или на други финансови услуги. Биометриката като метод за удостоверяване на плащането не е неизвестна за българския потребител - през 2017 г. България бе първият европейски пазар, който тества иновативната технология. В края на пилотния проект участниците дадоха обратна връзка както за иновативната технология, така и впечатленията за употребата ѝ, която беше впечатляваща:

• 93% от участниците бяха на мнение, че биометричната карта е по-удобна за използване от въвеждането на ПИН за извърш-

ване на трансакция;

• 95% от участниците установиха, че биометричната карта е по-сигурна от обикновените чип карти;

• над 90% от тях биха подновили своята любима карта с биометрична такава при възможност. Трябва да имаме предвид, че използването на биометрични данни за удостоверяване също така са ключов фактор за изпълнение на сериозните изисквания на ЕС за удостоверяване на автентичността на потребителите по PSD2. Ето защо до месец април 2019 г. всички картови издатели ще трябва да предлагат поне едно биометрично решение - сигурно, бързо и удобно за използване от картодържателите.

И накрая, но не на последно място, очаква ни все по-разпространена употреба на картите плащания онлайн. Електронната търговия е един от секторите, които не само постоянно се адаптират към промените в съвременното общество и много успешно се възползват от новите технологии, но и предлагат потребителско изживяване отвъд непрекъснато растящите очаквания.

Днес потребителите могат да избират и сравняват продукти и цени в магазини, каталози, онлайн платформи. И имат възможност да изберат най-добрата оферта. Днес потребителите също се влияят повече от всякога от фактори като удобство, бързина и сигурност. С развитието на интернет и увеличаването на броя и функционалността на свързаните устройства, които предоставят на потребителите голямо удобство да пазаруват от всяко място и по всяко време, онлайн плащанията ще получат популярност сред онлайн купувачите.

■ ИНТЕРВЮ ■

Първата частна винена компания у нас „Домейн Бойар“ всяка година печели близо 30% от медалите за България, разказа изпълнителният й директор Евгени Харамлийски. Фирмата е създадена през 1991 г. паралелно в София и Лондон. Нейният основател е личност със значителен опит във винения бизнес и с добри позиции на външните пазари, поради което решава да продължи дейността си от държавното предприятие в частно.

Вдъхновението идва от значимите успехи, които има българското вино по това време в Западна Европа и в частност във Великобритания.

През 1995 г. вино на „Домейн Бойар“ с марката BLUERIDGE влиза в най-престижната класация на AC NIELSEN за топ 50 най-продавани вина във Великобритания. Харамлийски определя това като един от най-значимите успехи на родните вина тогава.

В годините компанията минава през различни трансформации - бурен растеж, закупуване на изби и построяване на нова свръхмодерна изба „Сините скали“ през 1999 г. Инвестицията в нея е над 25 млн. долара, която и до днес е една от най-големите във винарството у нас. Оттогава датира и сътрудничеството на „Домейн Бойар“ с Fibank.

„През 2014 г. компанията отново заема водещи позиции на вътрешния пазар. И е с най-бързо и устойчиво развитие във винарския бранш у нас“, казва Харамлийски.

И допълва, че 75% от пробите, които всяка година избата изпраща на най-престижните световни конкурси, печелят медали. На британския конкурс Decanter през 2017 г. „Домейн Бойар“ печели 6 медала с шестте си вина, което е 100% успеваемост.

Компанията е и една от най-иновативните, като пример за това са вината Frutino (с плод сок), с които открива нова категория на пазара у нас. В следващите 10 г. Харамлийски мечтае да превърне „Домейн Бойар“ в компания с европейска значимост. Стремежът е да

Евгени Харамлийски, управител на „Домейн Бойар“:

С подкрепата на Fibank всяка година обновяваме производството си

■ Компанията печели близо 30% от
винените медали за България



се закупят изби във Франция, Италия и Испания - А в по-дългосрочен план - и в страни от Новия свят.

От тази година компанията стартира успешен проект със собствени марки вина с произход Франция, Италия, Нова

Зеландия, Чили.

„Домейн Бойар“ е и най-големият износител, има силни позиции на 4 континента и изнася българско вино в над 24 държави. Най-големият пазар след България е Великобритания, където реализира близо 2 млн. бутилки, следвана от Белгия. В двете страни компанията държи близо 90% от продажбите на българско вино. Сред целите й е да разшири пазарите си и в Африка. Винопроизводителят има проект за съвместна компания в Китай за развитие на собствена дистрибуция и локален офис там.

За Харамлийски успехът е в постоянното движение напред. „Ако наречем успеха изкачен връх, се оказва, че има друг, по-висок, към който отправяме поглед“.

Компанията произвежда близо 6,5 млн. бутилки, като 3,5 млн. са за износ.

„С подкрепата на Fibank имаме възможност всяка година

да отделяме средства за ново оборудване, което води и до постоянното високо качество на нашите вина. Влагаме в ново и съвременно оборудване - най-добрите машини, специални бъчви от френски дъб. Те влизат в производство и постоянно осъвременяваме нашата база в крак с последните световни тенденции. Това е благодарение на успешното ни сътрудничество с Fibank“, обяснява Харамлийски.

И допълва, че това е банката с най-добро обслужване. Твърди го от личен опит, защото е контактувал и с много други банки. „Fibank са изключително гъвкави, банка с индивидуален подход, които буквално „ще ушийт костюм по мярка на клиента“, казва Харамлийски и допълва, че работата с банката е истинско удоволствие.

Харамлийски определя България като прекрасно място за живеене и бизнес. „Когато говорим за природни дадености, местоположение и климат, България е страхотна страна, особено за винарския бизнес. Тук имаме условия за отглеждане на много добро грозде. Като пример ще добавя, че сме на една и съща географска ширина като Бордо във Франция. Имаме всички предпоставки за успешен бизнес.“

Съжалявам, че много хора не ги виждат. Бих казал, че в България имаме свободата да „танцуваме“, а не само да маршируваме, както е в някои по-големи страни, и това дава много възможности за далновидните и талантливите“, допълва Харамлийски.

За избора на банка партньор:

С подкрепата на Fibank имаме възможност всяка година да отделяме средства за ново оборудване, което води и до постоянното високо качество на нашите вина. Влагаме в ново и съвременно оборудване - най-добрите машини, специални бъчви от френски дъб. Те влизат в производство и постоянно осъвременяваме нашата база в крак с последните световни тенденции. Това е благодарение на прекрасното ни сътрудничество с Fibank.

От 1999 г. имаме партньорство с Fibank, което се задълбочи още повече от 2007 г.

Това е банката с най-добро обслужване. Потвърдено от личен опит, след контакт с много други банки. Fibank са изключително гъвкави, банка с индивидуален подход, които буквално „ще ушийт костюм по мярка на клиента“, казва Харамлийски и допълва, че работата с банката е истинско удоволствие.

**Материалът е публикуван за първи път във в. „24 часа“*

■ ЛЮБОПИТНО ■

Българските технологични монети



Д-Р ВАЛЕНТИНА ГРИГОРОВА-ГЕНЧЕВА

Директор на Дирекция „Злато и нумизматика“
e-mail: vgrigorova@fibank.bg



АНТОН ОРУШ

Гост-автор
www.sandacite.bg - Българският портал за стара техника

(ТРЕТА ЧАСТ)

Българските възпоменателни монети, емитирани от БНБ, в по-голямата си част представят исторически и религиозни теми. Има и немалко емисии, свързани с културни и природни забележителности, с годишнини на

известни личности и спортни и културни събития. Но само 10 от над 250 емисии монети, отсечени от 1965 г. до днес, са на технологична тема. Монетите от последните години са в ограничени тиражи от 3000 екз., докато тиражите от времето на НРБ са огромни –

между 10 000 и 300 000 екз. Тиражът зависи от системата за разпространение на монетите – през социализма тя е централизирана, държавна и широкомащабна, а днес е основно в частни ръце; ограничава я и силно намаляващият брой на колекционерите у нас.

■ Монета „Втория съвместен космически полет СССР – НРБ“, 1988 г.

2 вида монети: 20 лв, сребро 500/1000 и 2 лв, CuNi (медно-никелова сплав)

Единствената „техно“ емисия, в която има 2 монети от различни сплави и с различни изображения и легенди!

Монетата с номинал 2 лв е медно-никелова. В центъра има ромб, а в него са кръстосани мост и дъга на звезден фон. В горната част на ромба – космическият кораб „Союз“; отдолу – „1988“. Околовръст – „ВТОРИ СЪВМЕСТЕН КОСМИЧЕСКИ ПОЛЕТ“ и „СССР – НРБ“, разделени от 3 петолъчни звезди.

В центъра на сребърната монета от 20 лв виждаме трима прегърнати космонавти в цял ръст със скафандри. Над тях звездно небе; околовръст – „ДРУЖБА НА ЗЕМЯТА И В КОСМОСА“.

Полетът на втория български космонавт Александър Александров е част от проекта „Шипка“ за научни изследвания и опити в Космоса по космическа физика и астрофизика; по космическа биология, материализация, техника и др. България трябва бързо да произведе специално научно оборудване. Над това работят 15 лаборатории, предприятия, институти, университети. За една година са изготвени по пет отлични броя от все-



ки апарат! Александров и дубльорът му Красимир Стоянов започват шестмесечно обучение през януари 1987 в Москва.

Стартът е на 7.VI.1988 г. В 18:03 ч. московско време „Союз ТМ-5“ излита с двама руски и един български космонавт – изследовател Александров.

След 48 ч. корабът се скачва с орбиталната станция „Мир“ и пръв влиза българинът. В научната работа деветте български апаратури работят безупречно и са изпълнени над 50 опита (+ изпитване на наша храна за космонавти). България е третата страна на света, произвела своя космическа храна.

■ Монета Монета „Интеркосмос“, 1985 г.

10 лв., сребро 640/1000

Изобразени са фронтално глави на петима космонавти, излетели в този общ космически проект. Под всеки е името – Н. Рукавишников, Вл. Джанибеков, Жан Лу Кретиен, Ал. Иванченков, Г. Иванов. Околовръст в долната половина има надпис „КОСМОСЪТ – ЗА МИРНИ ЦЕЛИ“; в горната – 17 петолъчни звезди.

В програмата „Интеркосмос“ на СССР соцстраните (а после и други) изпращат космонавти в мисии. През



1978 – 1988 с кораби „Союз“ излитат 14 души, а само България има двама космонавти – Георги Иванов и Александър Александров.

■ Монета „Първи съвместен полет в Космоса СССР – НРБ“, 1979 г.

2 вида монети: 10 лв., сребро 900/1000 и сребро 500/1000

Виждаме космическия кораб „Союз“. Околовръст има надпис „ПЪРВИ СЪВМЕСТЕН ПОЛЕТ В КОСМОСА СССР * НРБ“ и кръг от петолъчни звезди. Върху страничния ръб (гурта) е врязан текст „СССР – НРБ Интеркосмос '79“.

И в тази емисия има 2 монети като едната е с по-голяма чистота на среброто и с най-високо качество на изработка „мат-гланц“.

На 1.III.1978 г. военният пилот Георги Иванов е обявен за първи БГ космонавт. Той преминава курс в СССР и на 10.IV.1979 в 20:34 часа московско вр. е изстрелян в орбита със „Союз-33“. Той е изследовател, а командир е Н. Рукавишников. Те правят 31



обиколки около Земята, а в Космоса са 1 ден, 23 ч. и 1 мин.

Точно когато корабът е на около 3 км от станцията „Салют-6“, се поврежда главният двигател и скачването с нея е невъзможно. От Земята заповядват включване на резервния двигател и приземяването е успешно. „Ако и той беше отказал, щяхме да летим около Земята 4 месеца, а въздух имаме само за няколко денонощия“ – казва Иванов.

■ Монета „100 г. български съобщения“, 1979 г.

2 вида монети от 5 лв., сребро 500/1000 – мат-гланц и гланц

Изобразена е радиоантена, излъчваща концентрични вълни. Отдолу е емблемата на Български пощи – пощенска тръба с изправено лъвче в нея, обърнато наляво. Разликата между 2-та вида монети от тази емисия е в качеството. Тази е една от първите серии БГ монети с качество „мат-гланц“, известно по света и между колекционерите като proof.

Официално „български съобщения“ има от 1879 г., но тайната поща на революционерите от БРЦК е още преди 1878. През Руско-турската война войските строят полски станции за своя употреба. На 14.V.1879 Временното руско управление ги предава на България и в сила



влизат „Временни правила по пощовата част“

с основни принципи – напр. тайната на кореспонденцията. България получава 39 пощенски и 26 телеграфни пункта, 1630 км телеграфни линии с 2582 км проводниците и 64 апарата в действие. Появяват се и първите БГ пощенски марки – т.н. „сантими“, тъй като поради липса на български парична единица цената им е във валутата „златен франк“ на Всемирния пощенски съюз. През 1879 пощата на Княжеството става и редовен член на Съюза, основан 1874 г. в Берн.



Дирекция „Корпоративни комуникации“

ИВАЙЛО АЛЕКСАНДРОВ –
Директор „Корпоративни комуникации“

Десислава БОГДАНОВА –
Отговорен редактор
Христо ХРИСТОВ – Менеджър
„Корпоративни комуникации“

Златко СТОЯНОВ – Менеджър
„Корпоративни комуникации“
Даниела ДОСПЕВСКА – Специалист
„Корпоративни комуникации“

печат: ROPRINT

ОНЛАЙН
БАНКИРАНЕ

Нова функционалност в Моята Fibank

От септември всички потребители - физически лица*, които използват Моята Fibank, имат достъп до нова функционалност – Push Notifications (Известия). Информацията е достъпна на мобилни устройства с Android или iOS операционни системи, на които е инсталирано приложението My Fibank, както и на <https://my.fibank.bg>

Новата функционалност ще Ви позволи да получавате безплатно нотификации за наредени преводи, приход и разход по сметка, картови авторизации и други**. Кратките

съобщения се получават в реално време на последното регистрирано устройство, от което е осъществен вход в мобилното приложение, благодарение на което лесно и бързо можете да получите актуална информация за Вашите сметки независимо дали сте в страната, или в чужбина.

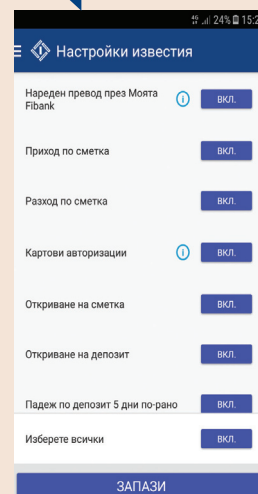
От меню „Настройки“ >> „Настройки на известия“ ще можете да направите Вашия избор за кои предпочитани събития желаете да получавате известия. Услугата е налична и в десктоп версията на Моята Fibank.***

* Новата функционалност ще бъде достъпна скоро и за бизнес клиентите на банката.

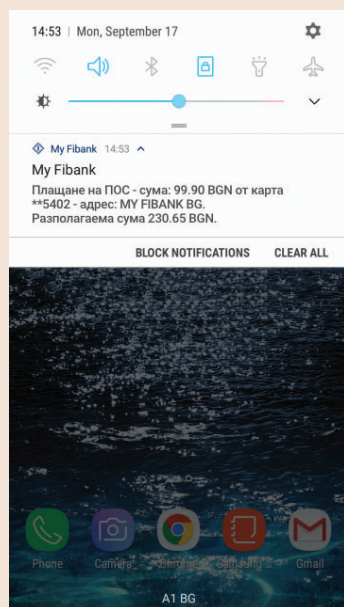
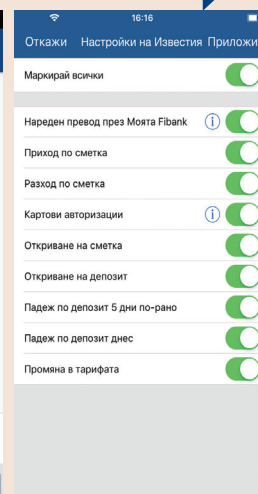
** Известията не отменят регистрирана от клиента услуга за SMS известяване. Ако желаете да бъде спряна тази услуга, е необходимо да посетите удобен за Вас офис на банката.

*** По подразбиране всеки потребител е регистриран да получава известия при нареден превод и промяна на тарифата на ПИБ АД.

Екран Android

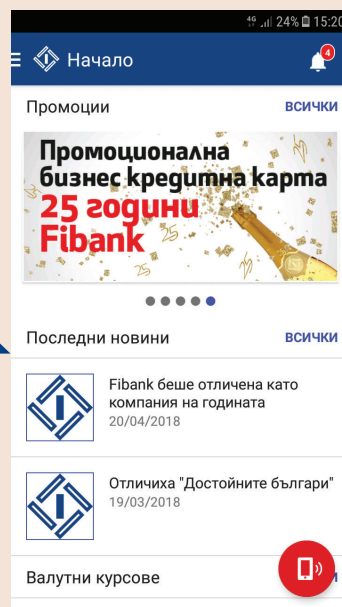


Екран iOS



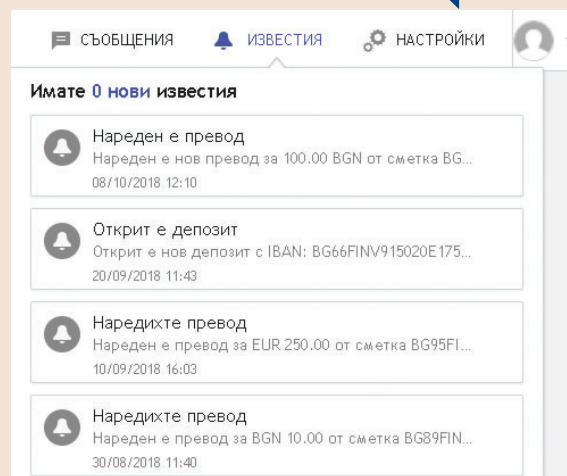
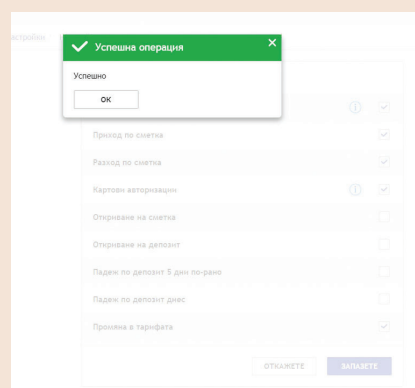
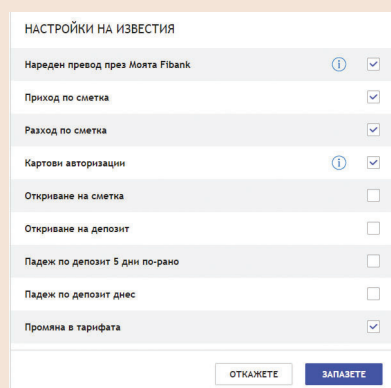
Изглед на съобщението на начален екран при Android

При отваряне на начален екран на приложението известията се визуализират в горния десен ъгъл, икона: камбанка. (Изглед при Android)



Представяне на известията в мобилното приложение (изглед при Android)

Изглед на известията на сайта <https://my.fibank.bg>



Когато запазите направените настройки, ще получите съобщение, че направената от Вас операция е успешна.