



**ГОДИШЕН ДОКЛАД ЗА ДЕЙНОСТТА НА
НА “БИЛБОРД” АД, ГР. СОФИЯ
ЗА ФИНАНСОВАТА 2016 Г.**

НАСТОЯЩИЯТ ДОКЛАД ЗА ДЕЙНОСТТА Е ИЗГОТВЕН В СЪОТВЕТСТВИЕ С РАЗПОРЕДБИТЕ НА ЧЛ. 39 ОТ ЗАКОНА ЗА СЧЕТОВОДСТВОТО (в сила от 01.01.2016 г.) , ЧЛ. 100Н, АЛ. 7 ОТ ЗППЦК И ПРИЛОЖЕНИЕ №10, КЪМ ЧЛ. 32, АЛ. 1, Т. 2 ОТ НАРЕДБА №2 ОТ 17.09.2003 Г. ЗА ПРОСПЕКТИТЕ ПРИ ПУБЛИЧНО ПРЕДЛАГАНЕ И ДОПУСКАНЕ ДО ТЪРГОВИЯ НА РЕГУЛИРАН ПАЗАР НА ЦЕННИ КНИЖА И ЗА РАЗКРИВАНЕТО НА ИНФОРМАЦИЯ.

УВАЖАЕМИ АКЦИОНЕРИ,

Ние, членовете на СД на БИЛБОРД АД, водени от стремежа да управляваме дружеството в интерес на акционерите, както и на основание изискванията на разпоредбите на чл. 39 от Закона за счетоводството (в сила от 01.01.2016 г.), чл.100н, ал.7 от ЗППЦК и приложение №10, към чл. 32, ал. 1, т. 2 от Наредба № 2 от 17.09.2003 г. за проспектите при публично предлагане и допускане до търговия на регулиран пазар на ценни книжа и за разкриването на информация изготвихме настоящият доклад за дейността /Доклада/. Докладът представя коментар и анализ на финансови и нефинансови основни показатели за резултата от дейността, имащи отношение към стопанската дейност на дружеството, включително информация по въпроси, свързани с екологията и служителите. Докладът съдържа обективен преглед, който представя вярно и честно развитието и резултатите от дейността на БИЛБОРД АД, както и неговото състояние, заедно с описание на основните рискове, пред които е изправено.

Приложена към настоящия доклад е декларация за корпоративно управление на БИЛБОРД АД съгласно разпоредбите на чл. 100н, ал. 8 от ЗППЦК.

Информация относно настъпилите през 2016 г. обстоятелства, които ръководството на дружеството счита, че биха могли да бъдат от значение за инвеститорите при вземането на решение да придобият, да продадат или да продължат да притежават акции от капитала на БИЛБОРД АД, е публично оповестявана до Комисия за финансов надзор, обществеността /инвеститорите/ и регулирания пазар на ценни книжа в сроковете и по реда, предвидени за разкриване на регулирана информация от публични дружества и други емитенти на ценни книжа съгласно разпоредбите на ЗППЦК и Наредба № 2. Информацията е на разположение и на електронната страница на дружеството www.bilbord.bg в раздел Новини.

I. ОБЩА ИНФОРМАЦИЯ ЗА ДРУЖЕСТВОТО

БИЛБОРД АД е дружество с предмет на дейност: външна и вътрешна търговия; специфични търговски операции; бартерни и насрещни сделки; продажби при условията на акредитив; експорт на български изделия на международния пазар; дистрибутиране на големи обеми на вносни стоки; търговско агентство; посредничество на местни и чужди лица; печатна и широкоформатна печатна дейност; рекламна дейност; придобиване и учредяване на нови дружества с основна дейност – печатна, широко форматна печатна дейност, рекламна дейност, както и продажба на такива дружества; придобиване, управление, оценка и продажба на участия в български и чуждестранни дружества; придобиване, оценка и продажба на патенти, отстъпване на лицензии за използване на патенти на дружества, в които дружеството участва; финансиране на дружества, в които дружеството участва.

Дружеството е основано на 07.02.2001 г. като „БИЛБОРД ПРИНТ” ООД. На 23.12.2003 г. дружеството е преобразувано в акционерно дружество - БИЛБОРД АД.

Дружеството е вписано в търговския регистър на Софийски градски съд, по партида N 60164, том 672, страница 200 по ф.д. N 1298/2001 г.

На 22.04.2008 г. БИЛБОРД АД е пререгистрирано в Агенция по вписванията към Министерство на правосъдието – Търговски регистър с ЕИК: 130472125.

Към 31.12.2016 г. дружеството е със седалище, адрес на управление, телефон, телефакс, e-mail ,website , както следва: гр. София 1463, район Триадница, площад България 1, НДК, вх. АИ4 тел: +359 2 9166500

факс: +359 2 9630606

e-mail: ir@billboardprint.it; investors@billboardprint.it;

web: <http://www.bilbord.bg/>



Към 31.12.2016 г. регистрираният капитал на БИЛБОРД АД е в размер на 15 000 000 лв. е разпределен в 15 000 000 броя безналични поименни акции с номинал 1 лев всяка една от тях.

През 2016 г. не е осъществявано увеличение или намаление на капитала на дружеството.

Информация дали повече от 10 на сто от капитала е бил заплатен с активи, различни от парични средства и информация относно извършвани промени в капитала на дружеството

○ На 01.02.2006 г. капиталът е увеличен с непарична вноска – апорт на вземане на стойност 1 135 400 лв. на “ІВТ ІНТЕРНЕШІНЉЛ БІЗНЕС І ТРАЙДІНГ” АД – Швейцария от “БИЛБОРД” АД, възникнало въз основа на парично вземане в размер на 580533.06 евро породено от договор за паричен заем – финансов кредит сключен на 20.07.2005 г. между “ДЕДРАКС” ООД и “БИЛБОРД” АД и в последствие придобито от “ІВТ ІНТЕРНЕШІНЉЛ БІЗНЕС І ТРАЙДІНГ” АД по споразумение N:104 от 25.10.2005 г. между “КЕЙЉО ІНТЕРНЕЙШЉНЉЛ” ООД, “ІВТ ІНТЕРНЕШІНЉЛ БІЗНЕС І ТРАЙДІНГ” АД и БИЛБОРД АД.

○ С Решение № 6 на Софийски градски съд от 04.06.2007 г. в Регистъра за търговските дружества по партидата на БИЛБОРД АД са вписани следните промени: увеличение на капитала от собствени средства на дружеството от 3 140 400 лева на 6 000 000 (шест милиона) лева, чрез издаване на нови 2 859 600 (два милиона осемстотин петдесет и девет хиляди и шестстотин) броя поименни безналични акции с право на глас с номинална стойност 1 лев всяка една.

○ С решение № 9 на Софийски градски съд от 20.12.2007 г. в Регистъра за търговските дружества, по партидата на БИЛБОРД АД е вписано увеличение на капитала на дружеството от 6 000 000 (шест милиона) лева на 7 500 000 (седем милиона и петстотин хиляди) лева, разпределен в 7 500 000 броя поименни безналични акции с право на глас, с номинална стойност 1 лев всяка една, чрез издаване на 1 500 000 (един милион и петстотин хиляди) броя поименни безналични акции с право на глас с номинална стойност 1 лев всяка една.

○ На 19.08.2008 г. въз основа на прието решение на редовното заседание на Общото събрание на акционерите на дружеството, проведено на 30.06.2008 г. за увеличаване на капиталана дружеството от 7 500 000 лева на 15 000 000 лева по чл. 246, ал. 4 от ТЗ чрез преобразуване на част от резервите на дружеството в капитал чрез издаване на нови 7 500 000 броя поименни безналични акции с право на глас и номинална стойност 1 лев всяка една, увеличението на капитала е вписано в Търговския регистър. Новите акции бяха разпределени между акционерите, съразмерно на участието им в капитала до увеличението, като право да участват в разпределението на новите акции, с които се увеличава капитала имаха лицата, придобили акции най-късно 14 дни след датата на приемане на решението на ОСА за увеличаване на капитала. Всеки акционер, които е придобил акции до 14 ден след датата на Общото събрание на акционерите, на което е прието решение за увеличаване на капитала срещу една своя акция получи 1 нова.

Таблица №1

| Към: | 31.12.2014г. | 31.12.2015г. | 31.12.2016г. |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Размер на капитала, лева | 15 000 000 | 15 000 000 | 15 000 000 |
| Брой акции | 15 000 000 | 15 000 000 | 15 000 000 |
| Брой на емитираните и изцяло платени акции | 15 000 000 | 15 000 000 | 15 000 000 |
| Номинална стойност на акциите, лева | 1 | 1 | 1 |

Към 31.12.2016 г. структурата на капитала на БИЛБОРД АД е следната:

Таблица №2

| Наименование на акционер | Брой притежавани акции | Процент от капитала |
|-----------------------------------|------------------------|---------------------|
| Васил Стефанов Генчев | 3 753 730 | 25.024 % |
| Стефан Василев Генчев | 3 000 000 | 20.00 % |
| Калин Василев Генчев | 3 000 000 | 20.00 % |
| Венета Стефанова Генчева | 1 483 738 | 9.89 % |
| Други физически и юридически лица | 3 762 532 | 25.086 % |

Информация относно групата предприятия (икономическата група) на емитента:

БИЛБОРД АД е част от група предприятия по смисъла на §1, т.2 от Допълнителните разпоредби на Закона за счетоводството и е дружество – майка, което притежава пряко над 50 % от гласовете в общото събрание на няколко дъщерни дружества.

През четвъртото тримесечие на 2016 г. е извършена следната промяна в групата предприятия, в която БИЛБОРД АД е предприятие – майка:

Въз основа на решение на СД на БИЛБОРД АД от 19.12.2016 г., на 20.12.2016 г. е извършена продажба на дяловете, притежавани от БИЛБОРД АД и ДИГИТАЛ ПРИНТ ЕООД (100 % дъщерно дружество на БИЛБОРД АД) от капитала на ТИПО ПРИНТ ООД - асоциирано дружество на БИЛБОРД АД. Продажбата на дяловете от капитала на ТИПО ПРИНТ ООД е извършена при цена от 0.50 лева за дял или обща продажна цена за БИЛБОРД АД – 215 лв. и обща продажна цена за ДИГИТАЛ ПРИНТ ЕООД – 357 лв.

Стойността на сделката не надхвърля прагове по чл. 114, ал. 1 от ЗППЦК за БИЛБОРД АД и по чл. 114, ал. 3 от ЗППЦК – за ДИГИТАЛ ПРИНТ ЕООД и респективно не изисква изрично овластяване от страна на ОСА на БИЛБОРД АД и от СД на БИЛБОРД АД – по отношение на продажбата на дялове от капитала на ТИПО ПРИНТ ООД от страна на ДИГИТАЛ ПРИНТ ЕООД. Продажбата на дяловете от капитала на ТИПО ПРИНТ ООД от страна на БИЛБОРД АД и ДИГИТАЛ ПРИНТ ЕООД се извършва поради обстоятелството, че дружеството е изцяло декапитализирано и не осъществява дейност.

Към 31.12.2016 г. дружествата от групата предприятия (икономическата група) на БИЛБОРД АД са:

○ **ДЕДРАКС АД**

Предмет на дейност: предпечатна подготовка и графичен дизайн, издателска и рекламна дейност, разработка, адаптация, внедряване, съпровождане на програмни продукти и системи, търговия и разпространение на същите. Вътрешно и външнотърговска дейност и всичко не забранено от закона.

Дружеството е регистрирано с капитал в размер на 5 000 лв. През 2010 г. капиталът на дружеството е увеличен със собствени средства, представляващи част от печалба за 2009 г. в размер на 310 750.92 лв. и неразпределена печалба на дружеството от предходни години в размер на 2 484 248.08 лв. на 2 800 000 лв.



На редовното годишно общо събрание на акционерите на Дедракс АД, проведено на 30.07.2014 г. е прието решение за увеличение на капитала на дружеството от 2 800 000 лв. на 4 878 627 лв., като увеличението от 2 078 627 лв. се формира от собствени средства на дружеството, представляващи неразпределена печалба за 2010 – 2013 г.

Към 31.12.2016 г. БИЛБОРД АД притежава 60 % от гласовете в общото събрание.

○ МОУШЪН АРТС ООД

Предмет на дейност: търговия, производство, мениджмънт, туризъм, услуги компютърна анимация и дизайн, както и всяка друга дейност, която не е забранена от закона.

Дружеството е регистрирано с **капитал** в размер на 5 000 лв.

Към 31.12.2016 г. БИЛБОРД АД притежава пряко 255 дружествени дяла, представляващи 51 % от гласовете в общото събрание.

○ ИНСТОР МЕДИЯ ЕООД

Предмет на дейност: вътрешна и външна търговия, производство и търговия с рекламни материали и съоръжения, рекламни услуги, дизайн, и други дейности и услуги, незабранени от закона.

Дружеството е регистрирано с **капитал** в размер на 5 000 лв.

Към 31.12.2016 г. БИЛБОРД АД е едноличен собственик на капитала на дружеството.

○ ДИГИТАЛ ПРИНТ ЕООД

Предмет на дейност: дигитален печат, реклама, сделки с интелектуална собственост, лизинг, както и всякакви други сделки, които не са забранени със закон.

Дружеството е регистрирано с **капитал** в размер на 5 000 лв.

На 28.05.2015 г. в ТР към Агенция по вписванията по партидата на дружеството е вписано увеличение на капитала въз основа на решение на едноличния собственик на капитала. Капиталът на дружеството е в размер на 3 000 000 лв. (три милиона) лева, от които 5 000 (пет хиляди) лева - парична вноска и 2 995 000 (два милиона деветстотин деветдесет и пет хиляди) лева - непарична вноска.

Едноличният собственик на капитала - „БИЛБОРД” АД прехвърля по номинал на „ДИГИТАЛ ПРИНТ” ЕООД напълно и безусловно вземането си в размер на 2 995 000 (два милиона деветстотин деветдесет и пет хиляди) лева, представляващо част от парично вземане, произтичащо от Договор за паричен заем, сключен между „БИЛБОРД” АД - заемодател и „ДИГИТАЛ ПРИНТ” ЕООД - заемател, което вземане представлява част от главница по Договора за паричен заем от 01.08.2008 г. по номинал в размер на 5 000 000 (пет милиона) лева, а частта от вземането - предмет на апорта е в общ размер на 2 995 000 (два милиона деветстотин деветдесет и пет хиляди) лева.

Стойност: 2995000 лв.

Номер на акт за назначаване на вещи лица: 20150312145317/13.03.2015.

Към 31.12.2016 г. БИЛБОРД АД е едноличен собственик на капитала на дружеството.



Информация относено системата на управление на емитента

БИЛБОРД АД има едностепенна система на управление. Дружеството се управлява от Съвет на директорите.

Към 31.12.2016 г. Съветът на директорите на БИЛБОРД АД е в следния състав:

1. Калин Василев Генчев – Председател на Съвета на директорите
2. Стефан Василев Генчев – Изпълнителен директор
3. Борислав Христов Борисов – независим член на Съвета на директорите
4. Десислав Грозев Томов – независим член на Съвета на директорите

Дружеството се представлява от изпълнителния член на СД. През 2016 г. не е извършвана промяна в начина на представляване на дружеството и не е назначаван или освобождаван прокурист.

На проведеното на 16.06.2016 г. редовно годишно общо събрание на акционерите на БИЛБОРД АД е прието решение за преизбиране на всички членове на Съвета на директорите за нов 5-годишен мандат от датата на вписване на решението в Търговския регистър към Агенция по вписванията.

Информация относено извършени промени в Устава на емитента през отчетната година

На проведеното на 16.06.2016 г. редовно годишно ОСА не са приемани изменения и допълнение в Устава на дружеството.

II. ПРЕГЛЕД НА ДЕЙНОСТТА И НА СЪСТОЯНИЕТО НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

1. Основна дейност

Предметът на дейност на дружеството е: външна и вътрешна търговия; специфични търговски операции; бартерни и насрещни сделки; продажби при условията на акредитив; експорт на български изделия на международния пазар; дистрибутиране на големи обеми на вносни стоки; търговско агентство; посредничество на местни и чужди лица; печатна и широкоформатна печатна дейност; рекламна дейност; придобиване и учредяване на нови дружества с основна дейност – печатна, широко форматна печатна дейност, рекламна дейност, както и продажба на такива дружества; придобиване, управление, оценка и продажба на участия в български и чуждестранни дружества; придобиване, оценка и продажба на патенти, отстъпване на лицензии за използване на патенти на дружества, в които дружеството участва; финансиране на дружества, в които дружеството участва.

БИЛБОРД АД и дружествата включени в икономическата група на компанията извършват дейност в следните основни сфери:

- дигитален широкоформатен печат;
- офсетов печат;
- изграждане и поддържане на рекламни съоръжения;
- информационни технологии и професионални решения за дигитален печат;
- проектиране и изграждане на интегрирани информационни системи за управление в областта на печатарския и рекламния бизнес;
- комплексни решения в областта на външната и интериорна реклама.

И през 2016 г. БИЛБОРД АД продължи да осъществява своята дейност в следните основни направления: външна реклама, вътрешна реклама, транспортна и метрореклама, събития и изложения и фотографии и репродукции. Дружеството е представител на ЗМ за продуктите на



дивизия Commercial Graphics и е единствен оторизиран 3M Scotchprint производител. По този начин клиентите на дружеството получават допълнителна подкрепа и гаранция от световния гигант за реализирането на своите проекти.

В областта на **външната реклама** БИЛБОРД АД разработва и предлага различни видове билбордове, мегабордове, City Lights, витринна реклама, тенти, фасадна реклама с вградени осветителни тела и неосветена фасадна реклама, банери и опаковане на сгради.

В областта на **вътрешната реклама** БИЛБОРД АД изработва и предлага печат на постери и плакати с фото качество, включително 3D лентиколарните постери, светещи реклами, банери, подови графики, проектиране и изпълнение на различни декори, брендиране, изработване на табла и пана, макети на предмети и хора в естествен размер, реклама върху нестандартни интериорни пространства, експо системи.

В областта на **транспортна реклама** БИЛБОРД АД изработва и предлага различни услуги в областта на брендирането на различни видове превозни средства - автомобили и камиони, самолети, кораби и яхти, средства на градския транспорт.

Основни продукти и техни разновидности, произведени от БИЛБОРД АД и техният дял от общата продукция за 2016 г.

Таблица №3

| Тип продукт | Описание | Разновидност | % | |
|-----------------------------|--|----------------------------------|-------|--------------|
| ВЪНШНА РЕКЛАМА | ПЕЧАТ ЗА ВЪНШНА РЕКЛАМА | Разновидност | | |
| Билборд 4x3 тип Пиза | Билбордът е стандартно рекламно съоръжение за външна реклама, позиционирано в градска и извънградска зона със стандартни размери 4x3м. Посредством билбордната реклама се реализират успешно, както имиджови, така и продуктови реклами като посланието достига широк кръг от аудиторията. За реализирането на успешна кампания се препоръчва избор на достатъчен брой локации, които могат да се ротира през периода на рекламиране и местоположение, съобразено с рекламирания продукт. | от винил - външно осветен | 9,80% | 33,7% |
| | | от винил - задно осветен | | |
| | | скролерені | | |
| | | метални табла с хартиени постери | | |
| | | метални табла от PVC | | |
| Мегаборд | Това са рекламни конструкции с големи размери, които се позиционират по автомагистралите или върху жилищни сгради в градска зона. Този тип рекламоносители се използват за реализирането на дълготрайни имиджови кампании, при които акцентът е върху търговската марка. Тъй като размерите на рекламните постери са внушителни има големи изисквания към съоръжението и паното. При рекламните съоръжения разположени върху сгради е необходима допълнителна прецизност при изработката на постера, тъй като усилието предизвикано от силни ветрове често достига до 50 кг/м2. За целта е задължително да се използват усилені шевове, капси и въжета при изготвянето на рекламното пано. | Калкани | 3,00% | |
| | | Мегаборди 8 x 4 и 12 x 4 | | |
| | | Надпокривни конструкции | | |
| | | Мегаборди от мрежа | | |
| City Light | Рекламни съоръжения, позиционирани в пешеходни зони и по спирките на градския транспорт. Стандартен размер 1,20mx1,80м, задноосветени. Характерно за тях е, че имат по-голяма четивност в сравнение с други елементи от външната реклама. Това позволява реализирането на продуктови реклами. Използваните материали са предимно хартия за задноосветяване, винил или беклит филм. Лесният монтаж и демонтаж дават възможност за провеждането на кампании и цялостно медия планиране. | виенски стълбове | 3,60% | |
| | | ракети | | |
| | | спирки | | |
| | | | | |
| Витринна реклама | Рекламна визия, разположена върху фасада е максимално ефективен начин за използването на сградите като място за реклама. Тя се реализира посредством облепване на прозорците от външната страна с перфо фолио, което | от прозрачно фолио | 6,30% | |
| | | | | |

| | | | |
|----------------------------|---|--|-------|
| | имитира щора и не пречи на светлината да прониква. Ефектът е изключително приятен, както за хората работещи в сградата, така и за всички извън нея, тъй като перфофолиото се слива по естествен начин с фасадата на сградата. Рекламата върху стъклени фасади е имиджова и е ефективна за дълък период, тъй като производството на визията и монтажът са сравнително скъпи. | фолио от перфорирано фолио от фолио за задна прожекция | |
| Тенти | Използват се предимно в заведенията за обществено хранене, както с рекламна цел, така и за да презпазват посетителите от слънце, дъжд, сняг и др. Изработват се от винил или текстил. Изискват направата на специфична конструкция по предварителен проект, върху която се опъва платното. Формите и размери са индивидуални, съобразни с възможностите на терена. | тенти от винил тенти от текстил | 0,80% |
| Фасадна реклама | Това е най-широко разпространената реклама в градска среда. Използват се фасадните пространства на търговски обекти, офиси, заведения, институции. Изработват се специални конструкции с възможности за разнообразие при използваните печатни медии, светещи или несветещи, обемни, неонов и др. | светещи фасадни реклами и фейши неосветена реклама | 3,80% |
| Банери | Банерите са рекламни материали с нестандартни размери, неизискващи конкретна метална конструкция. Характерното за тях е, че са лесно сменяеми, и не изискват висок бюджет. Произвеждат се най-често от ламиниран или промазан винил. В зависимост от предвидения начин на окачване, могат да бъдат изпълнени с капси, джобове, PVC или метални тръби. | банери от винил банери от мрежа трансперанти хоругви банери от текстил | 3,00% |
| Опаковане на сгради | Една от най-актуалните напоследък тенденции за отправяне на рекламни послания е използването на лицата на сградите като рекламна площ. Освен уникалният по мащаба си визуален ефект, този вид реклама има и чисто практическа полза, прикривайки ремонтните дейности при реновирането на сгради. В зависимост от периода на "пакетиране" и специфичното местоположение на обекта, може да се използва винилна или строителна мрежа. | опаковане с винилови межи опаковане със строителни мрежи | 0,50% |
| Указателни табели | Табелите се поставят предимно по пътните артерии и имат функцията да дават допълнителна информация за местоположението и предмета на дейност на конкретна фирма. Характерно за тях е, че синтезират основната информация и данни - име на фирма, посока, оставащи метри/километри. Могат да бъдат едностранни или двустранни. Изработват се от коматекс, ламарина с PVC фолио. Може да бъде използвано и светлоотразително фолио. | Метални табели с PVC фолио Светлоотразителни табели Рекламни и указателни табели Фирмени тотени | 0,70% |
| Павилиони | Брандирането на павилион е ефективен начин за реклама в градска среда. За осъществяването му се изготвя индивидуален дизайнерски проект и по този начин се постига уникалност на търговската площ. Целта е привличане на клиенти и съответно увеличаване на продажбите. Материалите, които се използват за "обличането" са 3М PVC фолио (върху металните части) и перфофолио (върху стъклените). | Брандирани с фолио Шатри от винил | 1,00% |
| Знамена | Знамената са носители на рекламни послания, свързани най-вече с имиджа на дадена марка. Използват се основно за екстериорна реклама. Монтират се върху пилони, с помощта на кукички или капси, допълнително подсилени с ширит. За изработването им се използват специално разработени полиестерни платове, които са по-устойчиви на атмосферни условия - вятър, дъжд, сняг, слънчева светлина и др. Стандартните размери са 4x1.5 м, но могат да варират. | Рекламни знамена Национални знамена Windblade Ветроустойчиви знамена | 1,00% |



| | | | | |
|---------------------------|---|--|--------|--------------|
| Бензиностанции | "Билборд" АД предлага и разнообразни материали, свързани с оформлението на бензиностанцията като търговски обект. Те не са с рекламен характер, а по-скоро с имиджов и информационен. Изработването им е изцяло съобразено със спецификата и изискванията за оборудване на бензиностанция. За да се избегне стандартната визия, се набляга на уникалния дизайн, който отличава отделните вериги. Продуктите, които се произвеждат са разнообразни: тотеми; стикери за бензиноколонки; светещи кутии; рекламни пана; фасадни конструкции; указателни табели. | Брандиране на бензиноколонки Светещи кутии по бензиностанции Тотеми | 0,20% | |
| Интериорна реклама | ПЕЧАТ ЗА ИНТЕРИОРНА РЕКЛАМА | Разновидност | | |
| POS | Рекламата на мястото на продажбите е насочена към правилното позициониране на продукта или т.н. Мърчендайзинг. Билборд АД предлага изработването на всякакви по вид, размер и форма материали за POS, както и съпътстващите системи за окачване или индивидуални решения за закрепване. Правилното представяне на продуктите и техните характеристики са важна част от процеса на продажбата. | Транслайти Штендери Палетни ленти Секюрити зони Стопери | 18,80% | 38,3% |
| Постери | Печат на постери и плакати с фото качество на различни медии – обикновена, постерна или фото хартия, гланцова или матова, с допълнителна опция за ламиниране. Успешно замества офсетовия печат при необходимост от единични бройки, малък тираж или тираж от множество различни визии. Също така, тук максималната ширина на печат е 160см. без ограничение в дължината. Печата се със солвентни UV и водоустойчиви мастила. | Плакати Постери от картон Постери от винил Постери от синтетична хартия 3D лентиколарен постер | 5,80% | |
| Светещи реклами | Метални или алуминиеви конструкции с вградени осветителни тела, насочени към лицевата част. Според размерите и мястото, на което се монтират, визиите им могат да бъдат отпечатани на различни медии. Използва се специален режим на печат, при който цветовете са по-плътни и ярки и компенсират задното осветяване. Основното им предимство пред останалите рекламоносители е, че визията е активна 24 часа. Рекламата може да бъде изпълнена по няколко начина: плексиглас с PVC фолио, беклит филм, винил за задно осветяване. | Задноосветени светещи кутии Меню борди | 2,00% | |
| Банери | Банерите са рекламно-информационни елементи, предназначени за разполагане върху производни обекти. Те са с нестандартни размери и се прилагат, както за външна, така и за вътрешна реклама. Използват се за краткотрайни събития - конференции, промоции, форумии или като информационни табели. Начинът на закрепване е винаги индивидуален, в зависимост от условията, но най-често става чрез капси, джобове, метални или PVC тръби. Произвеждат се предимно от ламиниран или промазан винил и не изискват специална конструкция за монтаж. | Винилови интериорни банери Текстилни банери и хоругви Трансперанти | 2,30% | |
| Подови графики | Подовата графика е нестандартен и спиращ вниманието рекламен продукт. Използва се за брандинг, промотиране, реклама и декорация. Изключително подходяща за големи търговски обекти, спортни зали, музеи, летищни и автобусни терминали, бензиностанции и ресторанти за бързо хранене. Изработва се от висококачествено фолио от марката 3М и се поставя върху всякакви гладки подови настилки. За по-мощабни мероприятия и промоции може да се използва и като екстериорна реклама върху тротоари и площади. | Стандартна подова графика Подова графика на чела на стълби 3D подова графика | 3,30% | |
| Декори | Една от основните задачи за интериорните дизайнери е да придадат на пространството уют и комфорт, като по този начин предразполагат хората да се чувстват удобно, без значение къде се намират. Съвременните технологии | Декори за заведения Декори за телевизионни студия Декори за шоуруми | 0,60% | |



| | | | |
|----------------------------------|---|--|-------|
| | позволяват изработването на различни декори и други украси, като завеси, покривки, подови настилки, дамаски и др. Най-използваните материали са текстил и хартия, тъй като са най-близки до човека. | Театрални и оперни декори | |
| Хладилни и вендинг машини | Брандирането на хладилни витрини се използва за интериорна реклама, главно в търговски обекти и обществени заведения. Извършва се посредством апликиране на 3М PVC фолио, като предназначението му е да представя търговската марка и основния продукт, който се предлага на потребителите. | Кафе машини Фризери Хладилни витрини и автомати | 0,20% |
| Табла и пана | Това са изделия, които се поставят с декоративна, рекламна или указателна цел. Подходящи са за приложение най-вече в търговските обекти. Изработват се от различни плоскости: пенокартон, коматекс, PVC материал и в зависимост от функцията, която изпълняват могат да се отпечатват, както едностранно, така и двустранно. В случаите, в които се търси фотографско качество, визията се отпечатва на фотохартия и след това се кашира върху плоскостта. | PVC табла Макети и фигури Пана от пенокартон | 4,10% |
| Асансьори и ескалатори | Реклама върху нестандартни интериорни пространства като асансьори, ескалатори и стълбищни пространства посредством облепване с PVC фолия. Това е изключително подходящ начин за реализиране на дълготрайни имиджови нестандартни рекламни кампании в търговски или обществени обекти, където ежедневно преминава голям пътнически поток. | външната част на ескалаторите стъклените части на ескалатори и парпети врати на асансьори цялостно брандиране на асансьори вестибюли | 1,20% |
| Транспортна реклама | ПЕЧАТ ЗА ТРАНСПОРТНА РЕКЛАМА | Разновидност | |
| Леки автомобили | Леките автомобили са изключително подходящи за цялостно брандиране. Липсата на сложни кривини ги превръща в идеален обект за цялостно опаковане. По този начин едновременно се увеличава рекламната площ и се засилва ефектът от рекламата и естетиката. Леките автомобили са предназначени предимно да превозват пътници, така че се избягва брандирането на стъклата, но често се облепва и таванът, който е лесно достъпен. При цялостното опаковане се препоръчва използването на фолия 3М от серията SC 40;50 и SC 180;380 в зависимост от гаранцията и дълговечността на апликацията. | цялостно брандирани частично брандирани със светлоотразителни елементи Тунинг със специални фолия | 4,00% |
| Джипове и Пикапи | Джиповете и пикапите са изключително подходящи за цялостно брандиране. Липсата на сложни кривини ги превръща в идеален обект за "обличане". По този начин едновременно се увеличава рекламната площ и се засилва ефектът от рекламата и естетиката. Те са предназначени предимно да превозват пътници, така че се избягва брандирането на стъклата, но често се облепва и таванът, който е лесно достъпен. При цялостното опаковане се препоръчва използването на фолия 3М от серията SC 40;50 и SC 180;380 в зависимост от гаранцията и дълговечността на апликацията. | цялостно брандирани частично брандирани със светлоотразителни елементи Тунинг със специални фолия | 0,20% |
| Мотори | Брандирането на мотори е още един нестандартен и атрактивен начин за поднасяне на рекламното послание. Облепването може да е, както частично, така и цялостно. Предимството на тези превозни средства е липсата на сложни кривини, въпреки това изборът на фолио е строгоспецифичен. Препоръчва се серията за автомобили на 3М - ScotchCal 40 и ScotchCal 50, заради допълнителното драскоустойчиво покритие. Преди монтажа на стикерите е | цялостно брандирани частично брандирани със светлоотразителни елементи | 0,01% |



| | | | | |
|--|--|-----------------------|-------|--------------|
| | необходимо оразмеряване и проектиране на мотора от специалистите на "Билборд" АД | специални фолия | | |
| Лекотоварни автомобили | Лекотоварните автомобили са все по-често използван начин за снабдяване на стоки. Почти всички фирми, които извършват търговска дейност разполагат с поне един лекотоварен автомобил. Ето защо брандирането именно на този тип превозни средства е най-масово разпространен, както с рекламна цел, така и с цел идентификация. Големите търговски компании, дистрибутори или спедитори създават цял корпоративен флийт, с който извършвайки доставки демонстрират присъствие на пазара. От изключителна важност е качеството на изпълнение на рекламата, защото то допълнително допринася за добрия имидж на компанията. Посредственост при изработката на рекламата са недопустими. Едновременно с това лекотоварните автомобили са най-трудни, от техническа гледна точка, превозни средства за брандиране, тъй като имат сложни кривини. Това ограничава избора на фолио и увеличава цената. Препоръчителни материали за цялостно брандиране са 3M Scotchcal 180 и 3M Scotchcal 380 в зависимост от дълбочината на кривините | цялостно брандирани | 3,90% | |
| | | частично брандирани | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Камиони | Все повече компании брандират камионите, с които извършват своята дейност. В зависимост от нея, апликацията може да бъде имиджова или да дава визуална информация за предлаганите продукти и услуги. Основното предимство е по-голямата площ на този тип превозни средства, която може да се брандира цялостно или частично. Камионите са един от най-подходящите рекламоносители, защото са в непрекъснато движение и така въздействат на голяма аудитория. Препоръчително е използването на фолия от специално разработената серия за автомобили на 3M - Scotchcal 40 и Scotchcal 50. | С метални страни | 1,20% | |
| | | С винилови покривала | | |
| | | Цистерни | | |
| | | | | |
| Автомобили със специално предназначение | Автомобилите със специално предназначение изискват светлоотразителни материали от висок клас. Билборд АД предлага всички серии автомобилни фолия за специално предназначение от марката 3M - SC 580; SC 680; Diamand Gray и др. | Полицейски автомобили | 0,50% | |
| | | Линейки | | |
| | | СОТ | | |
| | | | | |
| Градски транспорт | Градският транспорт все по-масово се налага като носител на рекламни послания. Така те достигат до широк кръг от потребители. Визуалният ефект се постига чрез цялостно или частично брандиране. Визиите се отпечатват върху 3M PVC фолио на металните части. Прозорците се брандират с перфо фолио, което не спира светлината, така че рекламното послание не затруднява видимостта отвътре навън. Освен външното брандиране с фолия, навлизат и други възможности за реклама вътре или отвън превозното средство: светещи или несветещи конструкции; рекламни постери; банери и др. | Автобуси | 3,90% | |
| | | Тролеи | | |
| | | Трамваи | | |
| | | Маршрутни таксите | | |
| | | Метро | | |
| Проекти | ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ЦЯЛОСТНИ ПРОЕКТИ | Разновидност | | |
| Събития и изложения | Всяко едно събитие е уникално само по себе си от гледна точка на използваните рекламни елементи. Целта е така да се съчетаят всички визуални материали, като банери, колони, билбордове, екрани и др., че да подсилят и изразят в максимална степен ефекта от мащаба. Задачата и целта на фирма "Билборд" АД е да създаде визуална комуникация, която да засили въздействието върху публиката като се използват оптимално възможностите на помещенията и обкръжаващата среда. При декорация на дадено събитие е важно да се съобрази от какво естество ще бъде то и каква е | Изложения | 1,20% | 14,2% |
| | | Концерти | | |
| | | Откривания | | |
| | | Пресконференции | | |
| | | Фирмени партита | | |



| | | | |
|---------------------------------------|---|------------------------------------|--------|
| | неговата цел. В такъв случай се постига подходящ подбор и качествена изработка на рекламните материали. | | |
| Изграждане на цялостни проекти | Билборд АД предлага изграждане на цялостни проекти за визуална комуникация. Компанията разполага с екип от висококвалифицирани специалисти в областта на външната реклама, предпечатната подготовка, монтаж и дизайн. За изпълнението на цялостни проекти, в т.ч. Проектиране и архитектурни решения, компанията разчита на собствен екип и подизпълнители за различни по вид дейности. | Проектиране | 13,00% |
| | | Архитектурни решения | |
| | | Дизайн | |
| | | Изработване на метални конструкции | |
| | | Монтажи | |
| Фотографии и репродукции | Изработване на изображения с фотографско качество, предназначени за професионални фотографски изложби и репродукции. Най-често се използват различни видове фото хартии, канава и други арт материали. | Репродукции на картини | 0,60% |
| | | Фото изложби | |
| | | | |
| | | | |

През отчетната 2016 година се наблюдава продължаваща тенденция на увеличаване на производството на материали за интериорна реклама, като относителния дял спрямо външната реклама е с 4.6% повече. Има увеличение на рекламата свързана с мястото на продажба или т.н. POS реклама. Причината за това са увеличението на търговските площи и осъзнатата нуждата открояване на продукта в условието на засилваща се конкуренция. Изработката на рекламни материали свързани с външната реклама се увеличава в часта билбордове и намалява при изработка на рекламни мрежи за опаковане на сгради и по-големи обекти. Причината е в промяна на регламента на Столична Община и другите общини, които ограничават поставяне на подобни рекламни съоръжения за продължително време.

Продължава тенденцията на подмяна на традиционните билбордове от винил в централна част на София с такива от тип скролерни. Така броя на отпечатани билбордове и респективно квадратни метри се увеличава до 6 пъти. В отчетения период само в столицата броя на подменените съоръжения е повече от 100 бр. Нещо повече. Докато при класическия тип Пиза 4x3 от винил платното може да използва многократно за две, три или повече кампании, като се мести на различни локации при изработката на билбордно пано за скролер това е невъзможно, тъй като Визиите се изработват от специализирана широко форматна хартия, която може да се използва еднократно за периода. Това също така увеличава реално броя билбордовете, които се произвеждат всеки период (14 дена). Все повече съоръжения от този вид се изграждат и в градовете Пловдив, Варна и Бургас.

Продължава тенденцията за увеличение на рекламата на мястото на продажбата. Всички търговци на дребно фокусират усилията си за привличане на интереса от клиентите чрез различни промоции, награди или други услуги. Пример за такива активности са веригите Била, Кауфланд, Лидл, ТМаркет и Фантастико, които представят промоционални продукти всяка седмица и генерират голям пазар за изработка на печатни продукти.

И през отчетната година БИЛБОРД АД запазва лидерските си позиции в изработката на нестандартни материали, както и засилва пазарния си дял в брендирането на автомобили. Като единствен оторизиран ЗМ производител за България БИЛБОРД АД е предпочитан партньор от повечето мултинационални компании за проекти свързани с брендиране на фирмени автомобили.

Технологии

При осъществяване на дейността си в различните направления БИЛБОРД АД използва и различни технологии, като:

- **солвентен печат** – отличава се с голяма устойчивост на външни условия и е подходящ за производство на външна реклама с висока устойчивост. БИЛБОРД АД разполага с



най-съвременните машини за дигитален широкоформатен солвентен печат, с почти всички модели от марката Vutek - световен лидер в областта, като всички са последно поколение 8 цветни модели. Също така, печатната база е оборудвана с машина HP Turbojet 8530, която е уникална по рода си.

- **Ink-jet печат** - технологиите за дигитален широкоформатен печат на водна база са с изключително високо качество и се използват за печат върху хартиени носители. БИЛБОРД АД разполага с последните модели от марката HP Designjet, които са с изключително високо качество, надеждност и бързодействие. Фирмата участва като съорганизатор в много изложби.

- **UV печат** - най-съвременната технология на печат с мастила от течен полимер, които се втвърдяват при облъчване с UV светлина. Моменталното съхнене на мастилата дава възможност на тази технология да се използва за директен печат върху всякакви материали. Качеството на печат е много високо в пълноцветен режим, което измества сито печатните технологии.

- **текстилен печат** - технологията Dye Sublimation е в основата на багрено в текстилната промишленост. С развитието на дигиталните технологии, класическият метод на щамповане се измества от директния печат със сублимационни мастила и нестандартните размери и формати.

- **3D печат** - развитието на дигиталния печат предоставя нови възможности за изработка на 3D модели, приложими както в сферата на изкуството, така и в сферата на индустриалния дизайн, архитектурата и т.н. Новите технологии улесняват и ускоряват процесът в моделирането, който вече се реализира изцяло с помощта на компютърни системи, софтуери за 3D моделиране и го правят много по-достъпен за реализация.

- **мултимедийни екрани** - С развитието на цифровите технологии, все повече се наблюдава налагането на мултимедийните екрани като средство за визуална комуникация с потребителите в интериорна среда. Посредством тях, статичните изображения се доразвиват в интерактивна мултимедийна среда, която създава много по-динамична атмосфера и засилва ефекта от рекламата.

- Освен посочените по-горе технологии, БИЛБОРД АД разполага с цялото необходимо оборудване необходимо за изрязване на отпечатаната продукция или готов цвят, както и за извършване на всички довършителни работи като лепене и шев, ламиниране и каширане, рутиране и фрезозване.

БИЛБОРД АД разполага с качествена и модерна технология и отлична машинна база, включваща VUTEK UltraVu 3360; VUTEK UltraVu 5330; VUTEK UltraVu 2600; HP DesignJet 9000ps, HP DesignJet Z6100, Z3100, TextileJet, VUTEK UltraVu 200/600W+, Vutek UltraVu 200/600 SC, HP Scitex TurboJet Digital Press, които дават възможност за максимално добра изработка на всички от предлаганите продукти като: билбордове, банери, мегабордове, плакати, ситилайт постери, стикери, картини, автомобилна графика, подова графика, декорация за събития, опаковане на сгради, витринна графика, щандове за изложения, вътрешна декорация, знамена, печат на плоскости, POS реклама, декори.

2. Основни суровини

Суровините и материалите от съществено значение за основната дейност на БИЛБОРД АД - дигиталния широкоформатен печат, са четири основни групи – винил и винилова мрежа, PVC фолия, хартия и мастило.

Винил и винилова мрежа

През 2016 г. винилът и виниловата мрежа регистрират несъществена увеличение спрямо предходната година, но в същото време клиентите все повече оказват ценови натиск върху



стойността на продуктите, което от своя страна оказва негативно влияние върху нормата на печалба и провокира БИЛБОРД АД да предложи нови материали (по-леки и тънки), които да компенсират намалението в цените на продукта. Това в най-голяма степен важи за изработването на билбордове.

PVC фолио

PVC фолиото е необходим материал за производството на стикери. Условно този материал може да се раздели на два вида – висококачествено и обикновено фолио. За висококачествено фолио БИЛБОРД АД използва продуктите на 3М, а за обикновено – от всички реномирани европейски производители. Въпреки, че се произвеждат от петролни продукти, PVC фолиата също не се влияят от колебанията в цените на петрола, или поне ако такива колебания съществуват, то те са незначителни.

Цените на този вид материал са сравнително постоянни, с колебания лимитирани в диапазона 1-2 % годишно. През 2016 г. беше отчетена стабилност в цената на тази суровина.

Билборд АД променя политиката и се насочва в сегмент на по-висококачествени продукти, чрез внедряването на новите технологии на HP Latex, които дават възможност за увеличение на нормата на печалба от производство на PVC стикери.

Хартия

Хартията е материал, който е предназначен за краткотрайни и промоционални кампании. Това е най-евтиният материал за производство, като цената му е почти константна. Основното, което определя цените на този вид материал, са обемите, които се закупуват. В това отношение разходите на БИЛБОРД АД спадат през годините. От съществено значение са и транспортните разходи за доставка, които също се повлияват позитивно от икономии на мащаба.

През 2016 г. не са отчетени промени в ценовите нива на хартията като суровина за дигиталния печат и ръководството на дружеството счита, че за 2017 година не е вероятна тенденция на понижаване на цената.

Масило

Друг основен консуматив за производството на дружеството е масилото. Цената на масилата пряко зависи от количествата, които се ползват. БИЛБОРД АД консумира около 12 тона мастила за различни типове машини годишно и предвид обемите, постига най-добрите цени, предлагани в България от доставчиците. За последните няколко години ръководството на БИЛБОРД АД успя да договори намаление на цената на масилата по-вече от 3 пъти.

3. Пазари и продажби

Към 31.12.2016 г. нетните приходи от продажби на БИЛБОРД АД съгласно формите на МСС са на стойност 8 256 хил. лв., което представлява понижение от 1,15 % в сравнение с отчетените към 31.12.2015 г. нетни приходи от продажби в размер на 8 352 хил. лв. Към 31.12.2016 г. приходите от продажба на продукцията на дружеството са на стойност 7 578 хил. лв., а приходите от продажба на услуги са в размер на 678 хил. лв.

Таблица № 4

| Вид приход | 31.12.2014 г. | 31.12.2015 г. | 31.12.2016 г. |
|-------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Продажби на продукция в т.ч. | 6 703 | 7 682 | 7 578 |
| Продажби на печатна продукция | 6 703 | 7 682 | 7 578 |
| Продажби на услуги в т.ч. | 1 009 | 670 | 678 |
| Продажби на услуги | 1 009 | 670 | 678 |
| Общо | 7 712 | 8 352 | 8 256 |



През 2016 г. БИЛБОРД АД е генерирало следните приходи от чужбина:

- Франция - 22 хил. лв.
- Македония - 11 хил. лв.
- Други - 24 хил. лв.

През 2016 г. БИЛБОРД АД използва следните основни маркетингови стратегии:

Директен маркетинг – търговският отдел на дружеството събира непрекъснато информация за пазара – за нови клиенти, за такива, които не работят с компанията, за конкурентни фирми и др. Информацията се анализира и се определя конкретна стратегия спрямо конкретния клиент. Когато новият клиент е фирма, която не използва услугите на БИЛБОРД АД и не работи с конкурентни фирми се организират срещи с мениджмънта на компанията, на които се представят всички продукти и услуги, които предлага БИЛБОРД АД като се разясняват техните конкурентни предимства и се търси подходящия за клиента подход. Когато потенциалният нов клиент разгръща своя потенциал към конкурентна фирма, мениджърският и търговският екип на дружеството търсят слабите места на конкуренцията и предлага по-добри решения.

Директни продажби – търговският екип на дружеството приема всички заявки от клиентите, изяснява изискванията им и ги консултира за най-правилния начин за изпълнение. След това цялата информация се систематизира и оформя в поръчка с помощта на специализирана информационна система и се стартира производството. В процеса на изпълнение БИЛБОРД АД следи и контролира правилното изпълнение на поръчката, като информира клиента за всеки етап на нейната реализация.

Реклама – БИЛБОРД АД използва регулярно класическата форма реклама като средство за популяризиране на нови услуги, общи ценови условия и др. Като основни маркетингови канали дружеството използва външната реклама, радио реклама за реализирането на имиджови кампании, както и някои специализирани медии, като списания и вестници. Дружеството регулярно обновява производствената си електронна страница, която предоставя подробна информация относно всички продукти и услуги, предлагани от БИЛБОРД АД в областта на дигиталния широкоформатен печат, ценови листи, както и информация относно използваните от дружеството технологии.

Спонсорство – БИЛБОРД АД е традиционен спонсор на много събития и организации като Национална художествена академия, маркетингови форуми, спортни ралита, Център за хора в неравностойно положение, различни форуми на капиталовия пазар и др. Спонсорските прояви са част от цялостната рекламна стратегия на фирмата, като по този начин едновременно се повишава имиджа на компанията и се помага на различни значими каузи.

Изложения и събития – БИЛБОРД АД участва на повечето изложения маркетинг, реклама, PR и интернет бизнес, като Принт Ком, Принт & Пак, Реклама Експо, Webit Expo и др. На тези изложения компанията представя своите нови продукти, както и събира информация от пазара. Съвместно с ЗМ, дружеството организира ежегодно семинар, на който представя световните тенденции и опит, през погледа на фирма за външна реклама.

Имидж – една от най-важните предпоставки за успеха на дружеството е доброто име и високото качество на продуктите и услугите, наложено на пазара. БИЛБОРД АД спазва строго принципа, че най-добрата реклама е самата работа. За целта фирмата не прави компромиси с качеството, обръща необходимото внимание на поръчките на всеки клиент и инвестира непрекъснато в



повишаване на квалификацията на своите служители, както и в нови модерни технологии, които са уникални за българския пазар.

ИНФОРМАЦИЯ ПО ВЪПРОСИ, СВЪРЗАНИ С ЕКОЛОГИЯТА И СЛУЖИТЕЛИТЕ

ЕКОЛОГИЯ

БИЛБОРД АД е дружество, чиято основна дейност не оказва пряко влияние върху околната среда. БИЛБОРД АД развива своята дейност, съобразявайки се с изискванията за опазване на околната среда като самостоятелно рециклира всички количества остатъчно мастило с помощта на специализирана техника.

Дружеството е разработило и последователно прилага екологична политика свързана със задълженията за таксуване на отпадъци от опаковки. БИЛБОРД АД работи съвместно с компания ЕКО БУЛПАК с която се оптимизират количествата на опаковъчните отпадъци. Комисия по околната среда следи за последователното изпълнение на политиката на Дружеството.

Компанията реализира редица екологични проекти, следвайки отговорната си политика в областта на опазване на околната среда.

БИЛБОРД АД е сертифицирано по ISO 9001:2008 и SMETA стандарт, които също спомагат за подобряване на околната среда.

СЛУЖИТЕЛИ

Към 31.12.2016 г. БИЛБОРД АД разполага с 78 души персонал. От тях в дейността по производство са ангажирани 53 души или 68 %. Общо в административното обслужване на дружеството са ангажирани 25 души или 32 %.

Таблица № 5

| ВИД ПЕРСОНАЛ | 2016 г. | 2015 г. |
|-------------------------------------|----------------|----------------|
| Ръководни специалисти | 13 | 13 |
| Аналитични специалисти | 10 | 9 |
| Приложни специалисти | 7 | 7 |
| Административен персонал | 2 | 3 |
| Квалифициран производствен персонал | 43 | 41 |
| Оператори на машини | 1 | 1 |
| Ниско квалифициран персонал | 2 | 2 |

Структурата на заетостта по вид персонал съответства на дейността и на потребностите на БИЛБОРД АД от високоефективно предоставяне на услугите на дружеството.

III. РЕЗУЛТАТИ ОТ ДЕЙНОСТТА

В резултат на осъществената стопанска дейност през 2016 г. БИЛБОРД АД отчете на индивидуална база финансов резултат – нетна печалба в размер на 175 хил. лв., спрямо регистрираната за 2015 г. нетна загуба от 1 848 хил. лв.

БИЛБОРД АД е реализирало през 2016 г. печалба преди облагане с данъци в размер на 200 хил. лв. в сравнение със загуба преди облагане с данъци за 2015 г. на стойност 2 045 хил. лв.

Загубата, която дружеството отчита за 2015 г., също както и тази за 2014 г. се дължи на извършена обезценка на активи.



Таблица № 6

| (В ХИЛ. ЛВ.) | | | | | |
|--|-------|---------|-------|---------|-------|
| СОБСТВЕН КАПИТАЛ, МАЛЦИНСТВЕНО УЧАСТИЕ И ПАСИВИ | 2014 | % | 2015 | % | 2016 |
| | а | | 1 | | 2 |
| А. СОБСТВЕН КАПИТАЛ | | | | | |
| I. Основен капитал | 15000 | 0% | 15000 | 0% | 15000 |
| II. Резерви | 4519 | 0% | 4519 | 3,74% | 4688 |
| III. Финансов резултат | | | | | |
| 1. Натрупана печалба (загуба) в т.ч.: | 4996 | -45,76% | 2710 | -68,19% | 862 |
| неразпределена печалба | 4996 | -45,76% | 2710 | -68,19% | 862 |
| непокрита загуба | -505 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| еднократен ефект от промени в счетоводната политика | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| 2. Текуща печалба | 0 | 0% | 0 | 100% | 175 |
| 3. Текуща загуба | -2286 | -19,16% | -1848 | -100% | 0 |
| Общо за група III: | 2710 | -68,19% | 862 | 20,30% | 1037 |
| ОБЩО ЗА РАЗДЕЛ "А" (I+II+III): | 22229 | -8,31% | 20381 | 1,69% | 20725 |

Таблица № 7

| | към 31.12.2014 г. | към 31.12.2015 г. | към 31.12.2016 г. |
|-------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| ОПЕРАТИВЕН ФИНАНСОВ РЕЗУЛТАТ | -1 302 | -1 138 | 534 |

Приходи от основна дейност по категории дейности

Таблица № 8

| (В ХИЛ. ЛВ.) | | | | | |
|---|-------|---------|--------|---------|-------|
| ПРИХОДИ | 2014 | % | 2015 | % | 2016 |
| | а | | 1 | | 2 |
| А. Приходи от дейността | | | | | |
| I. Нетни приходи от продажби на: | | | | | |
| 1. Продукция | 6703 | 14,61% | 7682 | -1,35% | 7578 |
| 2. Стоки | 1387 | 0% | 783 | 0% | 266 |
| 3. Услуги | 1009 | -33,60% | 670 | 1,19% | 678 |
| 4. Други | 76 | 2030% | 1619 | -17,11% | 1342 |
| Общо за група I: | 9 175 | 17,21% | 10 754 | -8,28% | 9 864 |
| II. Приходи от финансираня | 0 | | 0 | | 0 |
| в т.ч. от правителството | | | | | |
| Общо за група II: | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| III. Финансови приходи | | | | | |
| 1. Приходи от лихви | 292 | -27,74% | 211 | -18,48% | 172 |



| | | | | | |
|---|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 2. Приходи от дивиденди | 43 | -100% | 0 | 0% | 0 |
| 3. Положителни разлики от операции с финансови активи и инструменти | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| 4. Положителни разлики от промяна на валутни курсове | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| 5. Други | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| Общо за група III: | 335 | -37,01% | 211 | -18,48% | 172 |
| Б. Общо приходи от дейността (I + II + III): | 9 510 | 15,30% | 10 965 | -8,47% | 10 036 |

Към 31.12.2016 г. БИЛБОРД АД отчита на индивидуална база нетни приходи от продажби в размер на 9 864 хил. лв., което представлява понижение от 8,28 % спрямо нетните приходи от продажби на дружеството на индивидуална база към 31.12.2015 г., които са на стойност 10 754 хил. лв.

Общо приходите от дейността на дружеството за 2016 г. достигат в размер на 10 036 хил. лв и се понижават с 8,47 % спрямо 2015 година.

Разходи за основна дейност по категории дейности

Таблица № 9

| (в хил. лв.) | | | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|----------------|--------------|
| РАЗХОДИ | 2014 | % | 2015 | % | 2016 |
| а | 1 | | 2 | | 3 |
| А. Разходи за дейността | | | | | |
| I. Разходи по икономически елементи | | | | | |
| 1. Разходи за материали | 2 096 | 20,85% | 2 533 | 4,07% | 2 636 |
| 2. Разходи за външни услуги | 2 100 | 20,19% | 2 524 | 3,21% | 2 605 |
| 3. Разходи за амортизации | 1 284 | -5,22% | 1 217 | -6,24% | 1 141 |
| 4. Разходи за възнаграждения | 956 | 5,44% | 1 008 | 7,34% | 1 082 |
| 5. Разходи за осигуровки | 128 | 30,47% | 167 | 2,40% | 171 |
| 6. Балансова стойност на продадени активи (без продукция) | 1 380 | 60,65% | 2 217 | -27,79% | 1 601 |
| 7. Изменение на запасите от продукция и незавършено производство | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| 8. Други, в т.ч.: | 2 533 | -12,12% | 2 226 | -95,78% | 94 |
| обезценка на активи | 2 433 | -11,59% | 2 151 | -99,44% | 12 |
| провизии | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| Общо за група I: | 10 477 | 13,51% | 11 892 | -21,54% | 9 330 |

За отчетната 2016 г. разходите по икономически елементи на БИЛБОРД АД са на стойност 9 330 хил. лв. и регистрират понижение от 21,54 % спрямо разходите по икономически елементи на дружеството за 2015 г. Най-голям дял в отчетените от БИЛБОРД АД разходи за 2016 г. заемат



разходи за материали на стойност 2 636 хил. лв., следвани от разходи за външни услуги на стойност 2 605 хил. лв. и разходи за възнаграждения и осигуровки в размер 1 253 хил. лева.

ФИНАНСОВИ ПОКАЗАТЕЛИ

1. ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ЛИКВИДНОСТ

Таблица № 10

| ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ЛИКВИДНОСТ: | 31.12.2016 г. | 31.12.2015 г. | 31.12.2014 г. |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Коефициент на обща ликвидност | 2,81 | 1,94 | 2,35 |
| Коефициент на бърза ликвидност | 2,52 | 1,72 | 2,09 |
| Коефициент на абсолютна ликвидност | 0,27 | 0,10 | 0,17 |
| Коефициент на незабавна ликвидност | 0,755 | 0,402 | 0,546 |



При показателите за ликвидност тенденцията във времето дава най-ценната информация. Предполага се, задълженията към кредиторите се погасяват чрез парични средства, а не от стоково-материалните запаси или оборудването. Т.е тези коефициенти описват способността на компанията да погасява дълговете си в срок.

Коефициент на обща ликвидност

Коефициентът за обща ликвидност се счита за универсален и представя съотношението между текущите активи и текущите пасиви (задължения). Оптималните стойности на този коефициент са над 1-1,5.

Към 31.12.2016 г. стойността на коефициента за обща ликвидност на БИЛБОРД АД е 2,81 и регистрира повишение в сравнение със стойността от 1,94, отчетена за 2015 г. Повишението в стойността на коефициента на обща ликвидност през 2016 г. спрямо 2015 г. се дължи на намаляване на текущите активи на дружеството с 3,78 % и понижение на текущите пасиви с 33,75 %.

Коефициент на незабавна ликвидност

Коефициентът на незабавна ликвидност изразява съотношението между краткосрочните вземания и паричните средства и текущите пасиви на дружеството.

През 2016 г. в сравнение с 2015 г. стойността на коефициента на незабавна ликвидност е 0,755 и отчита понижение в сравнение със стойността, отчетена за предходната финансова година. През 2016 г. в сравнение с 2015 г. финансовите активи нарастват с 5,57 %, паричните средства на дружеството също се увеличават с 80,35 %, а текущите пасиви се понижават с 33,75%.

Коефициент на бърза ликвидност

Коефициентът на бърза ликвидност представя съотношението между текущите активи минус материалните запаси към текущите пасиви.

Стойността на коефициента за бърза ликвидност на БИЛБОРД АД към 31.12.2016 г. е 2,52 и се повишава значително в сравнение със стойността за 2015 г.

Повишението в стойността на коефициента за бърза ликвидност на БИЛБОРД АД през 2016 г. спрямо 2015 г. се дължи на понижението в стойността на текущите пасиви на дружеството с 33,75 %, понижението на размера на текущите активи с 3,78 % и намаляването на материалните запаси на дружеството с 10,96 %.

Коефициент на абсолютна ликвидност

Коефициентът на абсолютна ликвидност се изчислява като съотношение на паричните средства и текущите пасиви и изразява способността на дружеството да посреща краткосрочните си задължения с наличните си парични средства.

Стойността на коефициента на абсолютна ликвидност към 31.12.2016 г. е 0,27. През 2016 г. спрямо 2015 г. текущите пасиви на БИЛБОРД АД на индивидуална база се понижават с 33,75 %, а паричните средства нарастват с 80,35 %.

2. Капиталови ресурси

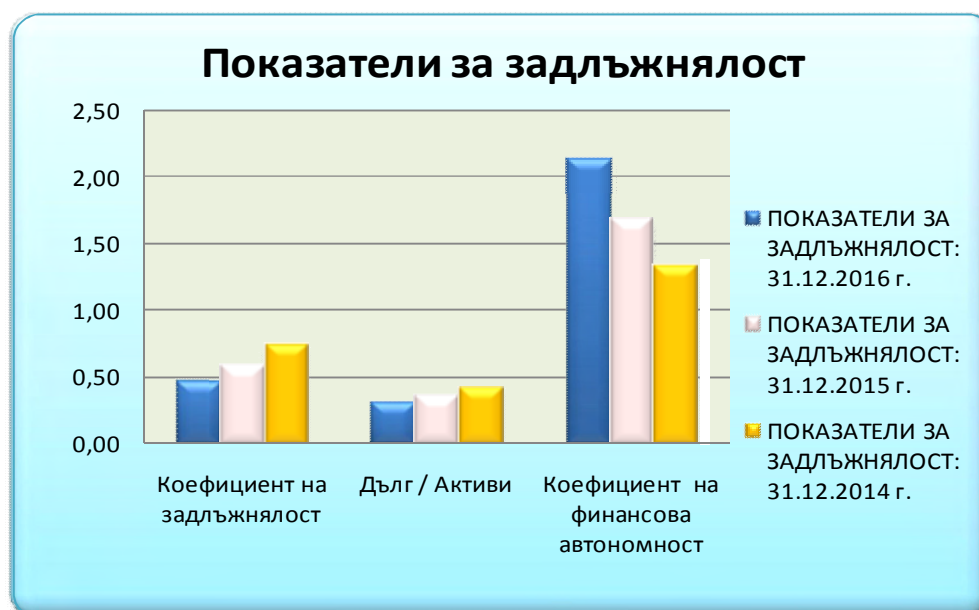


Таблица №11

| ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ЗАДЛЪЖНЯЛОСТ: | 31.12.2016 г. | 31.12.2015 г. | 31.12.2014 г. |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|
| Коефициент на задлъжнялост | 0,47 | 0,59 | 0,74 |
| Дълг / Активи | 0,32 | 0,37 | 0,43 |
| Коефициент на финансова автономност | 2,14 | 1,69 | 1,34 |

Чрез показателите за финансова автономност и финансова задлъжнялост се отчита съотношението между собствени и привлечени средства в капиталовата структура на дружеството. Високото равнище на коефициента за финансова автономност, респективно ниското равнище на коефициента за финансова задлъжнялост са своеобразна гаранция, както за инвеститорите /кредиторите/, така и за самите собственици, за възможността на дружеството да плаща регулярно своите дългосрочни задължения.

Ефектът от използването на привлечени средства (дълг) от предприятието с оглед увеличаване на крайния нетен доход от общо въввлечените в дейността средства (собствен капитал и привлечени средства) се нарича финансов ливъридж. Ползата от използването на финансовия ливъридж се явява тогава, когато дружеството печели от влагането на привлечените средства повече, отколкото са разходите (лихвите) по тяхното привличане. Когато дадена фирма постига по-висока доходност от използването на привлечени средства в капиталовата си структура, отколкото са разходите по тях, ливъриджът е оправдан и би следвало да се разглежда в положителен аспект (с уговорката нивото на ливъридж да не дава драстично негативно отражение на други финансови показатели на компанията).

Показателите за дела на капитала, получен чрез заеми показват каква част от общия капитал съставляват привлечените средства. Колкото по-голям е дялът на дългосрочния дълг в сравнение със собствения капитал, толкова по-голяма ще бъде вероятността от провал при изплащането на фиксираните задължения.

Коефициент на финансова автономност

Коефициентът на финансова автономност показва какъв процент от общата сума на пасивите е собствения капитал на дружеството.

Към 31.12.2016 г. коефициентът на финансова автономност на стойност 2,14 и отбелязва повишение спрямо стойностите му регистрирани за 2015 г. и 2014 г. Повишението в стойността на коефициента на финансова автономност на БИЛБОРД АД през 2016 г. в сравнение с 2015 г. се дължи на намаляването в общата сума на дълга с 19,80 %, при повишение на собствения капитал с 1,69 %.

Коефициент на задлъжнялост

Коефициентът на задлъжнялост изразява съотношението между дълга и собствения капитал на дружеството.

Стойността на коефициента на задлъжнялост към 31.12.2016 г. е 0,47 и се понижава спрямо стойностите му към 31.12.2015 г. и 31.12.2014 г. Понижението в стойността на коефициента на задлъжнялост на БИЛБОРД АД през 2016 г. спрямо 2015 г. се дължи на понижението на сумата на дълга с 19,80 % и увеличението в стойността на собствения капитал с 1,69 %.

Съотношение дълг към обща сума на активите

Съотношението Дълг/Активи показва каква част от активите се финансира чрез дълг.



Към 31.12.2016 г. стойността на съотношението Дълг/ Активи е 0,32 и се понижава спрямо стойностите за 2015 г. и 2014 г. През 2016 г. спрямо 2015 г. сумата на дълга на дружеството намалява с 19,80 %, а стойността на активите намаляват с 6,30 %.

3. Финансови показатели на БИЛБОРД АД към 31.12.2016 г.

Таблица №12

| Показатели | (в ХИЛ. ЛВ.)(*%;ratio) | | |
|-------------------------------|------------------------|---------|---------|
| | 2016 г. | 2015 г. | 2014 г. |
| Нетни приходи от продажби | 9 864 | 10 754 | 9 175 |
| Собствен капитал | 20 725 | 55 276 | 22 229 |
| Нетекучи пасиви | 5924 | 1193 | 10863 |
| Текущи пасиви | 3 746 | 310 | 5 672 |
| Нетекучи активи | 19 854 | 57 549 | 25 490 |
| Текущи активи | 10 541 | 619 | 13 274 |
| Оборотен капитал | 6 795 | 5 301 | 7 602 |
| Парични средства | 1028 | 570 | 953 |
| Общо дълг | 9 670 | 12 057 | 16 535 |
| Разходи за лихви | 445 | 1043 | 1175 |
| Материални запаси | 1 113 | 1 250 | 1 468 |
| Краткосрочни вземания | 3 746 | 5 654 | 5 392 |
| Разходи за обичайната дейност | 9 330 | 11 892 | 10 477 |
| Разходи за материали | 2 636 | 2 533 | 2 096 |
| P/E | 0,012 | -0,123 | -0,142 |
| P/BV | 1,38 | 1,36 | 1,48 |
| P/S | 65,760 | 71,693 | 61,167 |
| Рентабилност на продажбите * | 0,018 | -0,172 | -0,232 |
| ROFA * | 0,017 | -0,169 | -0,172 |



Таблица №13

| ФИНАНСОВИ ПОКАЗАТЕЛИ | 31.12.2016 г. | 31.12.2015 г. | 31.12.2014 г. |
|----------------------|---------------|---------------|---------------|
| ЕВИТДА | 1 675 | 79 | - 18 |
| ЕВИТ | 534 | - 1 138 | - 1 302 |

4. ПОКАЗАТЕЛИ НА РЕНТАБИЛНОСТ

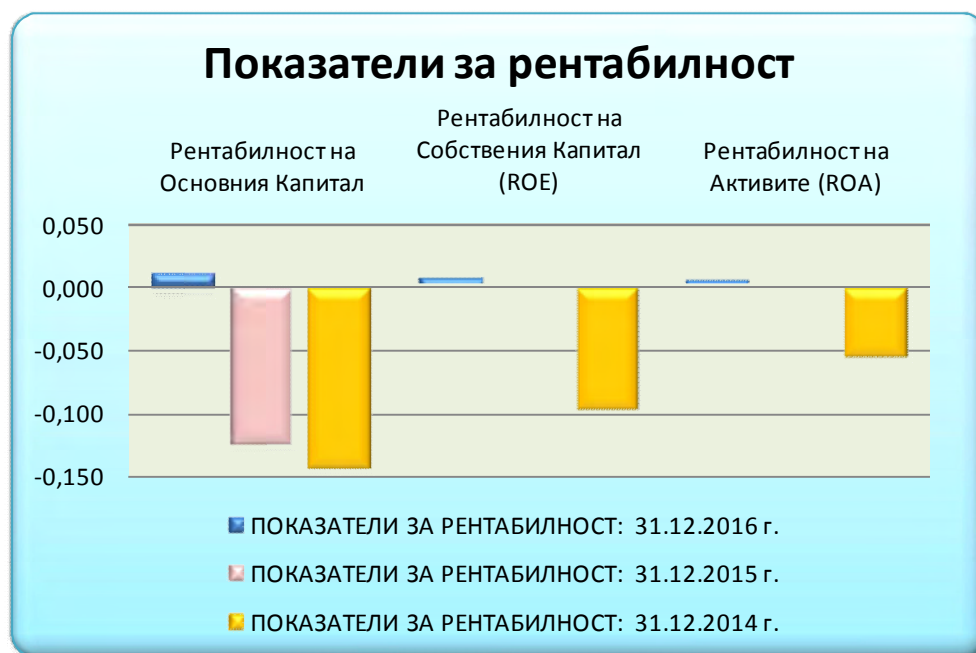


Таблица № 14

| ПОКАЗАТЕЛИ ЗА РЕНТАБИЛНОСТ: | 31.12.2016 г. | 31.12.2015 г. | 31.12.2014 г. |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Рентабилност на Основния Капитал | 0,012 | -0,123 | -0,142 |
| Рентабилност на Собствения Капитал (ROE) | 0,0084 | -0,0907 | -0,0960 |
| Рентабилност на Активите (ROA) | 0,0058 | -0,0570 | -0,0550 |

Рентабилност на Собствения капитал (ROE)

Към 31.12.2016 г. коефициентът на рентабилност на собствения капитал се повишава и е на стойност 0,0084. През 2016 г. спрямо 2015 г. БИЛБОРД АД реализира положителен нетен финансов резултат, а собственият капитал на дружеството се повишава с 1,69 %.

Рентабилност на активите (ROA)

Стойността на коефициента на рентабилност на активите към 31.12.2016 г. е 0,0058. За 2016 г. дружеството отчита печалба, а активите на дружеството се понижават с 6,30 % в сравнение с 2015 г.



Рентабилност на Основния капитал

Към 31.12.2016 г. коефициентът на рентабилност на основния капитал се повишава и е на стойност 0,012. През 2016г. спрямо 2015 г. основния капитал на дружеството остава без промяна, като нетния финансов резултат е печалба в размер на 175 хил. лева.

IV. ОСНОВНИ РИСКОВЕ, ПРЕД КОИТО Е ИЗПРАВЕНО ДРУЖЕСТВОТО

СИСТЕМАТИЧНИ РИСКОВЕ

ОБЩ МАКРОИКОНОМИЧЕСКИ РИСК

На своето заседание по паричната политика, проведено на 8 декември 2016 г., въз основа на редовния икономически и паричен анализ Управителният съвет на ЕЦБ извърши задълбочена оценка на перспективите за икономиката и инфлацията и на позицията по паричната политика. Оценката потвърди необходимостта да бъде удължен срокът на програмата за закупуване на активи и след март 2017 г., за да се запази значителният размер на паричната подкрепа, нужна за осигуряването на устойчиво доближаване на темпа на инфлация до равнища под, но близо до 2% в средносрочен план.

Оценка за състоянието на икономиката и финансите към датата на заседанието на Управителния съвет от 8 декември 2016 г.:

През втората половина на годината икономическата активност в световен мащаб отбеляза подобрене и се очаква да продължи да се засилва, макар и да остане под предкризисните си нива. Провежданата нерестриктивна политика и подобряването на пазара на труда подпомага активността в САЩ, но несигурността относно перспективите за страната и за света като цяло се засили след изборите в САЩ. В Япония темповете на растеж се очаква да останат умерени, докато средносрочните перспективи за растежа в Обединеното кралство вероятно ще бъдат ограничени от засилената несигурност, свързана с бъдещите отношения на страната с ЕС. Освен това, макар че наблюдаваното понастоящем постепенно забавяне на растежа в Китай може би се отразява върху други нововъзникващи пазарни икономики, постепенното отслабване на тежката рецесия в някои от големите страни – износителки на основни суровини, оказва все по-голяма подкрепа на световния растеж. Цената на петрола се повиши вследствие на споразумението на ОПЕК от 30 ноември, а ефектите от предходните ѝ понижения върху общата инфлация в света бавно намаляват. Все още големият обем свободни производствени мощности в света обаче съдържа базисната инфлация.

Икономическото възстановяване в еврозоната продължава. През третото тримесечие на 2016 г. БВП в реално изражение на еврозоната нараства на тримесечна база с 0,3 %, както и през второто тримесечие. Постъпващите данни, и най-вече резултатите от проучванията, сочат, че растежът ще продължи и през четвъртото тримесечие на 2016 г. В бъдеще Управителният съвет очаква икономическото възстановяване да продължи да се осъществява с умерен, но по-стабилен темп. Прехвърлянето на мерките на ЕЦБ по паричната политика в реалната икономика стимулира вътрешното търсене и подпомага намаляването на задлъжнялостта. По-добрата рентабилност на предприятията и много благоприятните условия на финансиране продължават да насърчават възстановяването на инвестициите. Освен това устойчивото нарастване на заетостта, за което допринасят и предходни структурни реформи, подкрепя реалния разполагаем доход на домакинствата и частното потребление.

Според макроикономическите прогнози за еврозоната на експерти на Евросистемата от декември 2016 г. се предвижда БВП в реално изражение да нарасне годишно с 1,7% през 2016 г. и 2017 г. и с 1,6% през 2018 г. и 2019 г. В сравнение с макроикономическите прогнози на

експертите на ЕЦБ от септември 2016 г. прогнозата за растежа на реалния БВП остава в общи линии без промяна. Рисковете относно растежа в еврозоната остават свързани с надценяване на прогнозата.

Според шестмесечния доклад на фонда World Economic Outlook, публикуван на 04.10.2016 г., брутният вътрешен продукт (БВП) на страната ще нарасне с до 3,0 % през 2016 г. и 2,8 % през 2017 г. Предишните прогнози на МВФ от април бяха за растеж от 2,3 % и през двете години. Основните рискове пред развитието на българската икономика, според експертите на МВФ са влошаващата се демографска картина, както и големите икономически и социални дисбаланси между отделните региони в страната.

На 06.12.2016 г. Министерството на финансите публикува актуализирана Есенната макроикономическа прогноза*. (*При изготвянето на прогнозата са използвани статистически данни публикувани до 28 октомври 2016 г., с изключение на изрично упоменатите.) Актуализацията на есенната прогноза на Министерство на финансите бе наложена от публикуването на ревизирани серии от данни за Платежен баланс и Национални сметки, съответно на 17 септември и 11 октомври 2016 г.

Съгласно актуализираната есенна прогноза на МФ, очакванията са както европейската, така и американската икономика да забавят темповете си на растеж през текущата година. Благоприятното развитие при развиващите се пазари, както и ускорението на ръста на БВП на САЩ ще имат водеща роля за динамиката на световната икономика през 2017 г. В същото време, развитието на европейската икономика се очаква да остане потиснато, в резултат на повишената несигурност в региона, свързана с геополитическото напрежение, миграционния поток към страните от ЕС, ефекта от предстоящото излизане на Великобритания от Съюза и влошената икономическа и политическа среда в Турция.

Ревизираните данни за инвестициите показаха по-голямо увеличение на запасите, докато инвестициите в основен капитал са почти на същото равнище, като стойност и реален растеж. За първото полугодие общите инвестиции нараснаха със 7.7 %, но за цялата година се очаква забавяне на растежа до 4.1 %. Това ще бъде свързано с очакваното по-слабо нарастване на запасите и частните инвестиции през втората половина на годината, както и със спада на капиталовите разходи на правителството, който се дължи на преминаването към новата финансова рамка 2014 г. - 2020 г. за финансиране на програмите от фондовете на ЕС. Инвестициите в основен капитал се очаква да нараснат с 0.1 %, което ще се дължи на частния сектор.

Реалният растеж на българската икономика за 2016 г. се очаква да достигне 3.2 %, при 2.6 % в есенната прогноза. Отново се очаква вътрешното търсене (потребление и инвестиции) да има основен принос за растежа, но е повишен и приносът на нетния износ, от 0.6 на 1 пр.п., поради ревизираните данни за вноса.

През 2017 г. растежът на БВП слабо ще се забави до 2.9 %, при очакване за 2.5 % в есенната прогноза. Принос за по-ниския растеж ще има по-слабото външно търсене от европейската икономика, което ще се отрази в забавяне на растежа на износа до 3.2 %. При засилване на потреблението и на инвестициите в основен капитал, растежът на вноса на стоки и услуги се очаква да бъде малко по-висок от 2016 г. и да достигне 2.7 %. В резултат, приносът на нетния износ за растежа на БВП ще бъде 0.4 пр.п., което е по-ниско с 0.6 пр.п. в сравнение с 2016 г.

За периода 2018 г. - 2019 г. се очаква леко ускоряване на растежа на БВП до 3 %. Вътрешното търсене ще бъде водещо, както по линия на потреблението, така и на инвестициите. По-високият ръст на вътрешното търсене ще се отрази в ускорено нарастване на вноса, в резултат на което приносът на нетния износ ще продължи да намалява, а в края на прогнозния период се очаква почти нулев принос към растежа на БВП.

По данни на НСИ през декември 2016 г. общият показател на бизнес климата остава на нивото си от предходния месец. Подобрене на стопанската конюнктура се регистрира в

промишлеността и строителството, докато в търговията на дребно и сектора на услугите се отчита понижение.

Фиг. 1. Бизнес климат - общо



Съставният показател „бизнес климат в промишлеността” нараства с 2.3 пункта в сравнение с ноември, което се дължи на подобрените оценки и очаквания на промишлените предприемачи за бизнес състоянието на предприятията. Същевременно обаче осигуреността на производството с поръчки се оценява като леко намалена, което е съпроводено и с понижени очаквания за производствената активност през следващите три месеца.

Несигурната икономическа среда продължава да е най-сериозният проблем, затрудняващ дейността на 46.4 % от предприятията.

По отношение на продажните цени в промишлеността по-голяма част от мениджърите предвиждат запазване на тяхното равнище през следващите три месеца.

През декември съставният показател „бизнес климат в строителството” се увеличава с 1.2 пункта в резултат на благоприятните оценки и очаквания на строителните предприемачи за бизнес състоянието на предприятията. Мненията им относно настоящата строителна активност, както и прогнозите им за следващите три месеца са също по-умерени.

Основните пречки за развитието на бизнеса остават свързани с несигурната икономическа среда и конкуренцията в бранша.

Относно продажните цени в строителството очакванията на мениджърите са те да останат без промяна през следващите три месеца.

Съставният показател „бизнес климат в търговията на дребно” спада с 5.2 пункта спрямо предходния месец, което се дължи на влошените оценки и очаквания на търговците на дребно за бизнес състоянието на предприятията. Прогнозите им за обема на продажбите и поръчките към доставчиците през следващите три месеца също са по-резервирани.

Конкуренцията в бранша, несигурната икономическа среда и недостатъчното търсене продължават да са най-сериозните фактори, затрудняващи дейността на предприятията.

По отношение на продажните цени преобладаващите очаквания на търговците са за запазване на тяхното равнище през следващите три месеца.

През декември съставният показател „бизнес климат в сектора на услугите” се понижава с 1.3 пункта главно поради по-неблагоприятните очаквания на мениджърите за бизнес състоянието на предприятията през следващите шест месеца. По-резервирани са и мненията им по отношение на настоящото и очакваното търсене на услуги.

Основните пречки за развитието на бизнеса остават свързани с несигурната икономическа среда и конкуренцията в бранша, макар че през последния месец анкетата регистрира намаление на отрицателното им въздействие.



Относно продажните цени в сектора на услугите по-голяма част от мениджърите предвиждат те да останат без промяна през следващите три месеца.

ЛИХВЕН РИСК

Лихвеният риск е свързан с възможни, евентуални, негативни промени в лихвените нива, установени от финансовите институции на Република България.

На 08.10.2016 г. Управителният съвет на ЕЦБ реши, лихвеният процент по основните операции по рефинансиране и лихвените проценти по пределното кредитно улеснение и депозитното улеснение да останат непроменени на нива от 0.00 %, 0.25% и -0.40 % съответно и продължава да очаква, че те ще останат на сегашните или на по-ниски равнища за продължителен период от време и доста след приключването на нетните покупки на активи от страна на Евросистемата. Управителният съвет потвърди, че месечните покупки на активи за 80 млрд. евро са предвидени да се провеждат до края на март 2017 г., а при необходимост и след това, но при всички случаи до установяването на трайна корекция в тренда на инфлацията, който да съответства на целта на УС на ЕЦБ за инфлацията.

На своето заседание по паричната политика, проведено на 8 декември 2016 г., с оглед на осъществяването на своята цел за ценова стабилност Управителният съвет на ЕЦБ взе следните решения:

- Що се отнася до нестандартните мерки по паричната политика, Евросистемата ще продължава да извършва покупки по програмата за закупуване на активи (APP) със сегашния темп от 80 млрд. евро месечно до края на март 2017 г. От април 2017 г. е предвидено нетните покупки на активи да продължат да се провеждат с месечен обем от 60 млрд. евро до края на декември 2017 г., а при необходимост и след това, но при всички случаи до установяването от Управителния съвет на трайна корекция в тренда на инфлацията, който да съответства на неговата цел за инфлацията. Ако междувременно перспективите станат по-неблагоприятни или финансовите условия не съответстват на по-нататъшния напредък към устойчива корекция в тренда на инфлацията, Управителният съвет възнамерява да увеличи размера и/или продължителността на програмата.

- За да се осигури все така гладкото осъществяване на покупките на активи от страна на Евросистемата, Управителният съвет взе решение да коригира параметрите на APP от януари 2017 г., както следва: Първо, матуритетният диапазон на програмата за покупки от публичния сектор ще бъде разширен, като минималният остатъчен срок до падежа на допустимите ценни книжа се намали от две години на една година. Второ, покупките на ценни книжа по APP, чиято доходност до падеж е по-ниска от лихвения процент на ЕЦБ по депозитното улеснение, ще бъдат разрешени, докато е необходимо.

- Управителният съвет взе решение да не променя основните лихвени проценти на ЕЦБ и продължава да очаква, че те ще останат на сегашните или на по-ниски равнища за продължителен период от време, а и доста след приключването на нетните покупки на активи.

Основните лихвени проценти, определени от БНБ за периода

01.01.2016 – 31.12.2016 г.

Таблица № 15

| Месец | Основен лихвен процент |
|------------------|------------------------|
| Януари 2016 г. | 0.01 % |
| Февруари 2016 г. | 0.00 % |
| Март 2016 г. | 0.00 % |
| Април 2016 г. | 0.00 % |

| | |
|-------------------|--------|
| Май 2016 г. | 0.00 % |
| Юни 2016 г. | 0.00 % |
| Юли 2016 г. | 0.00 % |
| Август 2016 г. | 0.00 % |
| Септември 2016 г. | 0.00 % |
| Октомври 2016 г. | 0.00 % |
| Ноември 2016 г. | 0.00 % |
| Декември 2016 г. | 0.00 % |

*Източник: БНБ

ИНФЛАЦИОНЕН РИСК

Инфлационният риск представлява всеобщо повишаване на цените, при което парите се обезценят и съществува вероятност от понасяне на загуба от домакинствата и фирмите.

По данни на НСИ индексът на потребителските цени за октомври 2016 г. спрямо септември 2016 г. е 100.2 %, т.е. месечната инфлация е 0.2 %. Инфлацията от началото на годината (октомври 2016 г. спрямо декември 2015 г.) е минус 0.4 %, а годишната инфлация за октомври 2016 г. спрямо октомври 2015 г. е минус 0.6 %. Средногодишната инфлация за периода ноември 2015 - октомври 2016 г. спрямо периода ноември 2014 - октомври 2015 г. е минус 0.8 %.

Хармонизираният индекс на потребителските цени за октомври 2016 г. спрямо септември 2016 г. е 99.9%, т.е. месечната инфлация е минус 0.1 %. Инфлацията от началото на годината (октомври 2016 г. спрямо декември 2015 г.) е минус 1.1 %, а годишната инфлация за октомври 2016 г. спрямо октомври 2015 г. е минус 1.0 %. Средногодишната инфлация за периода ноември 2015 - октомври 2016 г. спрямо периода ноември 2014 - октомври 2015 г. е минус 1.4 %.

Индексът на потребителските цени за ноември 2016 г. спрямо октомври 2016 г. е 100.0%, т.е. месечната инфлация е 0.0 %. Инфлацията от началото на годината (ноември 2016 г. спрямо декември 2015 г.) е минус 0.5 %, а годишната инфлация за ноември 2016 г. спрямо ноември 2015 г. е минус 0.5 %. Средногодишната инфлация за периода декември 2015 - ноември 2016 г. спрямо периода декември 2014 - ноември 2015 г. е минус 0.8 %.

Хармонизираният индекс на потребителските цени за ноември 2016 г. спрямо октомври 2016 г. е 99.9%, т.е. месечната инфлация е минус 0.1 %. Инфлацията от началото на годината (ноември 2016 г. спрямо декември 2015 г.) е минус 1.2 %, а годишната инфлация за ноември 2016 г. спрямо ноември 2015 г. е минус 0.8 %. Средногодишната инфлация за периода декември 2015 - ноември 2016 г. спрямо периода декември 2014 - ноември 2015 г. е минус 1.4 %.

Индексът на потребителските цени за декември 2016 г. спрямо ноември 2016 г. е 100.6%, т.е. месечната инфлация е 0.6 %. Годишната инфлация за декември 2016 г. спрямо декември 2015 г. е 0.1%. Средногодишната инфлация за периода януари - декември 2016 г. спрямо периода януари - декември 2015 г. е минус 0.8 %.

Хармонизираният индекс на потребителските цени за декември 2016 г. спрямо ноември 2016 г. е 100.8 %, т.е. месечната инфлация е 0.8 %. Годишната инфлация за декември 2016 г. спрямо декември 2015 г. е минус 0.5 %. Средногодишната инфлация за периода януари - декември 2016 г. спрямо периода януари - декември 2015 г. е минус 1.3 %.

Различният обхват на ИПЦ и ХИПЦ и съответно различната структура на потреблението са причина за различните стойности на двата индекса.

Съгласно актуализираната есенната прогноза на Министерство на финансите, публикувана на 06.12.2016 г., през 2016 г. годишният темп на инфлация остава отрицателен, като отчита известно ускорение през първото полугодие най-вече по линия на спада в цените на енергийните стоки и храните и поевтиняване на комуникационните услуги. През летните месеци обаче дефлацията в страната се забавя съществено и остава на ниво от 1.1 % на годишна база в периода юли-септември.

Текущата динамика и очаквания за международните цени на суровините дават основания да се очаква, че отрицателната инфлация в страната ще продължи да се забавя до -0.2 % в края на

2016 г. Средно за годината общият ХИПЦ се очаква да отчете понижение от 1.2 %, предвид високата дефлация в периода април-май 2016 г.

Натрупаната инфлация в края на 2017 г. ще се ускори до 1.2 %, като отрицателен принос се очаква единствено по линия на продължаващо, макар и с по-нисък темп, поевтиняване на потребителските стоки с дълготраен характер. Останалите основни компоненти на ХИПЦ ще отчетат поскъпване при допускане за по-високи международни цени на петрола и неенергийните суровини и нарастване на вътрешното търсене. Средногодишното повишение на общият индекс през 2017 г. се очаква да бъде 1.1 %, а в периода 2018-2019 г. инфлацията ще се ускори до 1.5-1.7 %.

Инфлацията за периода 01.01.2016 г. – 31.12.2016 г. е следната:

Таблица № 16

| Месец | % на инфлацията |
|-------------------|-----------------|
| Януари 2016 г. | 0.00 % |
| Февруари 2016 г. | - 0.3 % |
| Март 2016 г. | - 0.7 % |
| Април 2016 г. | 0.00 % |
| Май 2016 г. | 0.00 % |
| Юни 2016 г. | -0.1 % |
| Юли 2016 г. | 1.00 % |
| Август 2016 г. | 0.00 % |
| Септември 2016 г. | -0.5 % |
| Октомври 2016 г. | 0.2 % |
| Ноември 2016 г. | 0.00 % |
| Декември 2016 г. | 0.6 % |

*Източник:НСИ

Според предварителната оценка на Евростат годишната инфлация в еврозоната, измерена чрез ХИПЦ, се повишава до 0,6 % през ноември 2016 г. спрямо 0,5 % през октомври и 0,4 % през септември, което до голяма степен отразява повишение на годишната инфлация при енергоносителите, макар все още да няма признаци за изразен възходящ тренд на базисната инфлация.

В бъдеще, въз основа на текущите цени на петролните фючърси, има вероятност общата инфлация да се увеличи значително през декември 2016 г. – януари 2017 г., до равнище над 1 %, главно вследствие на базови ефекти при годишното изменение на цените на енергоносителите.

Според макроикономическите прогнози за еврозоната на експертите от Евросистемата от декември 2016 г. годишната ХИПЦ инфлация се предвижда да бъде 0,2% през 2016 г., 1,3% през 2017 г., 1,5% през 2018 г. и 1,7% през 2019 г. Прогнозата за ХИПЦ инфлацията е в общи линии без промяна спрямо макроикономическите прогнози на експертите в ЕЦБ от септември 2016 г.

ПОЛИТИЧЕСКИ РИСК

Политическият риск е вероятността от смяна на Правителството, или от внезапна промяна в неговата политика, от възникване на вътрешнополитически сътресения и неблагоприятни промени в стопанското законодателство, в резултат на което средата, в която оперират местните стопански субекти да се промени негативно, а инвеститорите да понесат загуби.

В национален план, на 14 ноември 2016 г. Премиерът Бойко Борисов внесе в Народното събрание оставка на правителството. След приемане на подадената оставка от парламента на 16

ноември 2016 г., трите неуспешни опита за съставяне на ново правителство в рамките на действащия парламент и отказът на президента да назначи служебно правителство, политическият риск за България се свързва с възможността за вътрешно дестабилизиране на държавата в периода на организиране и провеждане на предсрочни парламентарни избори.

Политическите рискове за България в международен план са свързани с поетите ангажиментите за осъществяване на сериозни структурни реформи в страната в качеството ѝ на равнопоставен член на ЕС, повишаване на социалната стабилност ограничаване на неефективните разходи, от една страна, както и със силната дестабилизация на страните от Близкия изток, зачестяващите заплахи от терористични атентати в Европа, бежански вълни и нестабилност на ключови страни в непосредствена близост до България.

Основният извод в доклад за България на Economist Intelligence Unit (EIU) е, че въпреки фискалните подобрения през периода януари - август след прогреса в консолидацията през 2015 г. са налице някои рискове за бюджета на България през 2016-17 г., произтичащи от проблеми в енергийния сектор. Причината, въпреки снижаването на дефицита в сектора вследствие на реформите през 2015 г. е фактът, че през юни международният арбитражен съд реши НЕК да плати 550 млн. евро на руската „Атомстройекспорт“ заради решението на България да се откаже от проекта за АЕЦ „Белене“. Въпреки че компенсацията е само половината от това, което Русия иска, тя представлява значителна сума за финансово затруднената НЕК и вероятно ще трябва финансиране от публични фондове. Основната прогноза на Economist Intelligence Unit (EIU) е, че фискалната консолидация ще продължи да надминава целите на правителството в средносрочен план.

България, както и другите държави – членки на ЕС от региона, продължава да бъде сериозно засегната от общо европейския проблем с интензивния бежански поток от Близкия изток.

След заседанието на Европейския съвет в Братислава на 16.09.2016 г. Председателят на Европейската комисия Жан-Клод Юнкер обяви, че Европейският съюз ще предостави 160 млн. евро на България за управление на границите и преодоляване на миграционната криза. Помощта за страната ни се очаква да бъде изплатена на два транша. Европейският съвет е решил 108 млн. евро да бъдат отпуснати първоначално за нуждите на България, като целта е тази сума да достигне 160 млн. евро, каквото е било искането на българския премиер.

Други фактори, които също влияят на този риск, са евентуалните законодателни промени и в частност тези, които касаят стопанския и инвестиционния климат в страната.

ВАЛУТЕН РИСК

Експозицията към валутния риск представлява зависимостта и ефектите от изменението на валутните курсове. Систематичният валутен риск е вероятността от евентуална промяна на валутния режим на страната (валутен борд), което би довело или до обезценяване на лева или до поскъпване на лева спрямо чуждестранните валути.

Валутният риск ще има влияния върху компании, имащи пазарни дялове, плащанията на които се извършват във валута, различна от лева и еврото. Тъй като съгласно действащото законодателство в страната българският лев е фиксиран към еврото в съотношение EUR 1 = BGN 1.95583, а Българската народна банка е длъжна да поддържа ниво на българските левове в обръщение, равно на валутните резерви на банката, рискът от обезценяване на лева спрямо европейската валута е минимален и се състои във евентуално предсрочно премахване на валутния борд в страната. На този етап това изглежда малко вероятно, тъй като очакванията са валутният борд да бъде отменен при приемането на еврото в България за официална платежна единица.

Теоретично, валутният риск би могъл да се повиши, когато България се присъедини към втория етап на Европейския Валутен Механизъм (ERM II). Това е режим, в който страната трябва да поддържа валутния курс спрямо еврото в границите на +/-15% спрямо централен паритет. На практика, всички държави, които понастоящем са в този механизъм (Дания, Естония, Кипър,



Литва, Латвия, Малта), са свидетели на колебания, които са съществено по-малки от позволените $\pm 15\%$.

Фиксираният курс на лева към еврото не елиминира за българската валута риска от неблагоприятни движения на курса на еврото спрямо другите основни валути (щатски долар, британски паунд, швейцарски франк) на международните финансови пазари, но към настоящия момент дружеството не счита, че такъв риск би бил съществен по отношение на дейността му. Дружеството може да бъде засегнато от валутния риск в зависимост от вида на валутата на паричните постъпления и от вида на валутата на потенциалните заеми на дружеството.

ЛИКВИДЕН РИСК

Проявлението на ликвидния риск по отношение на дружеството се свързва с възможността за липса на навременни и/или достатъчни налични средства за посрещане на всички текущи задължения. Този риск може да настъпи, както при значително забавяне на плащанията от страна на длъжниците на дружеството, така и при не достатъчно ефективно управление на паричните потоци от дейността на дружеството.

НЕСИСТЕМАТИЧНИ РИСКОВЕ

СЕКТОРЕН РИСК

В следствие на въздействието на икономическата криза, рекламната и печатарската индустрия в България се сблъска със сериозни проблеми - намалели поръчки, нарастване на дела на по-нискокачествените, но за сметка на това, по-евтини печатни материали и услуги и дори отлив на клиенти. Повечето от секторите на икономиката, които най-силно изпитват последиците от икономическата криза, ограничиха рекламните си разходи, което респективно оказва влияние и върху дейността на редица графични и рекламни студия и печатни бази.

БИЛБОРД АД е зависимо най-вече от общите тенденции в сектора на печатарството, маркетинга и рекламата. Тъй като размера на инвестициите в маркетинг зависят от размера и разпределението във времето на паричните потоци на самия клиент и цялостната конюнктура на сектора, в който оперира рекламодателя, БИЛБОРД АД е пряко зависимо от цикличността на икономиката. Забавянето в ръстовете на българската икономика, съответно намаляването на разходите за реклама и печат могат да имат съществено негативно влияние върху приходите и печалбата на компанията.

Този риск е донякъде компенсирал от широките производствени възможности и ноу-хау, които биха позволили на БИЛБОРД АД бързо да се пренасочи към нови търсени продукти и услуги, в случай на промяна в структурата на търсенето.

Предимство за дружеството е новото и модерно технологично оборудване, което дава възможност на БИЛБОРД АД да реализира продукция с много високо качество. На практика, в това отношение кръгът от конкуренти на БИЛБОРД АД на територията на страната, които разполагат с техническа и технологична възможност да произвеждат печатни продукти с такова качество, е много ограничен.

Допълнителни предимства са окончателно въведената в експлоатация високотехнологична печатна линия в гр. Варна, която се очаква допълнително да разшири пазарното присъствие на БИЛБОРД АД и дружествата от групата, както извън територията на България, така и на местния пазар и сериозното увеличаване на обема на метро-рекламата в резултат на окончателното завършване и пускане в експлоатация на първия диаметър на Софийското метро.



РИСК ОТ НАВЛИЗАНЕ НА НОВИ ТЕХНОЛОГИИ

БИЛБОРД АД е в постоянен процес на инвестиране в ново оборудване, което осигурява възможността производството да е в синхрон с тенденциите на развитие на технологичните процеси. Практиката показва, че по-съществена промяна в използваните технологии в този сектор настъпва за не по-малко от 5 години, като по-старите технологии не биват цялостно изместени от новите. Това дава възможност за поетапно интегриране на нови технологии, когато такива се появят. Относно рискът от навлизане на други, вече съществуващи, но неприлагани в България, технологии на печат, като например ротопечат, следва да се отбележи, че за да бъдат подобни технологии рентабилни се изискват много по-големи обеми на еднократните поръчки, което обуславя различното поле на приложение на тези технологии, и факта, че те практически не са конкурентни в сегментите, в които оперира дружеството.

V. ВСИЧКИ ВАЖНИ СЪБИТИЯ, НАСТЪПИЛИ СЛЕД ДАТА НА СЪСТАВЯНЕ НА ГОДИШНИЯ ФИНАНСОВ ОТЧЕТ

Към датата на съставяне на настоящия годишен доклад за дейността не са настъпили други важни събития, възникнали след датата на годишното приключване, които да изискват корекция на финансовите отчети или да представляват важна информация, влияеща върху цената на ценните книжа.

VI. ВЕРОЯТНО БЪДЕЩО РАЗВИТИЕ НА ДРУЖЕСТВОТО

През 2016 година основен акцент за БИЛБОРД АД беше увеличаване на износа, както и запазване на лидерските позиции. Динамиката и непрекъснатото развитие на пазара обуславя нуждата от внедряване на нови машини, както и предлагането на нови продукти на пазара. Така например развитието на интериорната декорация създаде през 2016 година изцяло нов пазар свързан с "Home Decoration" продукти, които са изцяло насочени към крайните потребители. Билборд АД работи съвместно с Disney за създаването на уеб портал, в който потребителите могат да закупят продукти за дома с изображенията на популярните герои на Disney I Pixar. Такива продукти са: фото тапети, постери, стикери, картини и др. Стратегията на компанията е да предлага все повече иновативни продукти с висока рентабилност, които не са насочени единствено в рекламния бранш, а по-скоро в индивидуалните нужди на голям кръг от клиенти.

По отношение на развитието външната и интериорната реклама през 2016 то се обуславя със сравнителна стабилност. Не се наблюдават големи промени, както по отношение на потреблението, така и в доставките на материали. Запазва се тенденцията за натиск върху ценовите нива на определени продукти, но той е компенсиран от алтернативни материали или продукти. Едно от големите предимства за компанията е професионалният търговски екип, който, въпреки ценовия натиск, предоставя най-доброто решение за клиентите.

В същото време рекламата е силно зависима от политическото състояние на държавата и липсата на стабилно управление се отрази негативно в последните месеци на 2016 година, но БИЛБОРД АД винаги е бил пример за коректно отношение и си е спечелил доверието на много клиенти.

Към 31.12.2016 г. БИЛБОРД АД отчита над 5 % увеличение в обема на произвежданата продукция или над 840'000 м² (квадратни метра) продукция в натурално изражение спрямо 2015 г.

Съгласно годишния финансов отчет на БИЛБОРД АД изготвен по формите на МСС, към 31.12.2016 г. дружеството е реализирало нетни приходи от продажби в размер на 8 256 хил. лв., което представлява спад от 1,15 % в сравнение с нетните приходи от продажби за 2015 г. Към



31.12.2016 г. приходите от продажба на продукцията на дружеството са на стойност 7 578 хил. лв., а приходите от продажба на услуги са в размер на 678 хил. лв. Нетните приходи от продажба на продукцията представляват 91,78 % от нетните приходи от продажби, а делът на нетните приходи от продажба на услуги е 8,22 %. През 2016 г. БИЛБОРД АД не отчита съществена промяна в цените на предлаганите продукти и услуги.

Отчитайки икономическата ситуация в Европейския съюз и в България през 2016 г., и в частност пазара на който оперира дружеството, както и усложнената през последните години политическа ситуация в национален и международен аспект, ръководството на БИЛБОРД АД счита, че през 2017 г. дружеството ще постигне 4 % ръст в приходите от продажби спрямо 2016 г. По отношение на резултатите във финансово изражение, БИЛБОРД АД ще продължи да бъде зависимо от не особено активното вътрешно потребление и консервативните рекламни бюджети на компаниите в страната.

И през 2017 г. Дружеството ще запази консервативна политика по отношение на извършване на инвестиции в нови производствени мощности.

VII. ДЕЙСТВИЯ В ОБЛАСТТА НА НАУЧНОИЗСЛЕДОВАТЕЛСКАТА И РАЗВОЙНА ДЕЙНОСТ

През последните 3 години БИЛБОРД АД не е извършвало научноизследователска и развойна дейност. Такава е осъществявана в рамките на неговата икономическа група от дружеството Нимисофт ООД. Екипът на дъщерното дружество системно проектира и изгражда интегрирани информационни системи за управление насочени към специфичния печатарски бизнес – както в областта на дигитален печат, така и за офсетов печат.

VIII. ИНФОРМАЦИЯ ЗА ПРИДОБИВАНЕ НА СОБСТВЕНИ АКЦИИ, ИЗИСКВАНА ПО РЕДА НА ЧЛ. 187Д ОТ ТЪРГОВСКИЯ ЗАКОН

1. Броят и номиналната стойност на придобитите и прехвърлените през годината собствени акции, частта от капитала, която те представляват, както и цената, по която е станало придобиването или прехвърлянето

През 2016 г. БИЛБОРД АД не е придобивало и не е прехвърляло собствени акции.

2. Броят и номиналната стойност на притежаваните собствени акции и частта от капитала, която те представляват

Дружеството не притежава собствени акции.

IX. ИНФОРМАЦИЯ, ИЗИСКВАНА ПО РЕДА НА ЧЛ. 247 ОТ ТЪРГОВСКИЯ ЗАКОН

1. Възнагражденията, получени общо през годината от членовете на съветите

Общият брутен размер на възнагражденията на членовете на Съвета на директорите на БИЛБОРД АД за 2016 г. е посочен в таблица № 31 от настоящия доклад, както и в Доклада относно прилагане на политиката по възнагражденията.



2. Придобитите, притежаваните и прехвърлените от членовете на съветите през годината акции и облигации на дружеството

Към 31.12.2016 г. притежаваните акции от капитала на БИЛБОРД АД от членове на СД са както следва:

Таблица № 17

| Грите имена | Позиция | Брой акции | % от капитала |
|--------------------------|-------------------------|------------|---------------|
| Калин Василев Генчев | Председател на СД | 3 000 000 | 20 % |
| Стефан Василев Генчев | Изпълнителен член на СД | 3 000 000 | 20 % |
| Борислав Христов Борисов | Независим член на СД | 0 | 0 % |
| Десислав Грозев Томов | Независим член на СД | 0 | 0 % |

През отчетната година, членовете на Съвета на директорите на дружеството не са прехвърляли и придобивали акции от капитала на БИЛБОРД АД.

3. Правата на членовете на съветите да придобиват акции и облигации на дружеството

Членовете на СД на дружеството могат да придобиват свободно акции от капитала на дружеството на регулиран пазар на ценни книжа при спазване на приложимите разпоредби на българското законодателство и европейската регулация.

4. Участието на членовете на съветите в търговски дружества като неограничено отговорни съдружници, притежаването на повече от 25 на сто от капитала на друго дружество, както и участието им в управлението на други дружества или кооперации като прокуристи, управители или членове на съвети към 31.12.2016 г.

Таблица № 18

| Име | Участие в управителните и надзорни органи на други дружества или кооперации и участие като неограничено отговорен съдружник | Пряко участие с над 25 % в капитала на други дружества | Дружества, в които лицето да упражнява пряк контрол |
|--------------------------|--|---|---|
| Калин Василев Генчев | 1. Управител на Инстор Медия ООД с ЕИК: 175025285; 2. Управител на Моушън артс ООД с ЕИК: 121446455; 3. Управител на Типо принт ООД с ЕИК: 130109095 | Притежава пряко над 25 на сто от гласовете в общото събрание на "Мегапрожект" ООД - служебно закрито дружество; | Не упражнява пряк контрол. |
| Стефан Василев Генчев | 1. Управител на "Г.В.С. - компютеринг" ЕООД с ЕИК:831334212 | Притежава пряко 25 на сто от гласовете в общото събрание на Моушън Артс ООД с ЕИК: 121446455. | Не упражнява пряк контрол. |
| Борислав Христов Борисов | Не участва. | Не притежава. | Не упражнява пряк контрол. |
| Десислав Грозев Томов | Не участва. | Не притежава. | Не упражнява пряк контрол. |



5. Сключени през 2016 г. договори с членове на СД или свързани с тях лица, които излизат извън обичайната дейност на дружеството или съществено се отклоняват от пазарните условия.

През 2016 г. не са сключвани договори с дружеството от членовете на СД или свързани с тях лица, които излизат извън обичайната дейност на дружеството или съществено се отклоняват от пазарните условия.

6. Планираната стопанска политика през следващата година, в т.ч. очакваните инвестиции и развитие на персонала, очакваният доход от инвестиции и развитие на дружеството, както и предстоящите сделки от съществено значение за дейността на дружеството

Информация относно планираната стопанска политика и предстоящи проекти през следващата година е представена в т. V. ВЕРОЯТНО БЪДЕЩО развитие на дружеството от Настоящия доклад.

X. НАЛИЧИЕ НА КЛОНОВЕ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

Дружеството няма регистрирани клонове в страната и чужбина.

XI. ИЗПОЛЗВАНИТЕ ОТ ПРЕДПРИЯТИЕТО ФИНАНСОВИ ИНСТРУМЕНТИ

Дружеството активно използва лизингови схеми и факторинг при реализиране на инвестиционната си политика. Възможни са стандартни банкови финансираня за оборотни и инвестиционни цели.

Извън гореописаното, дружеството не използва специални финансови инструменти при осъществяване на финансовата си политика, вкл. при хеджиране и управление на финансовия си риск.

БИЛБОРД АД не е използвало финансови инструменти през 2016 г. за хеджиране на рисковете от промяна на валутни курсове, лихвени нива или парични потоци. През отчетната година дружеството не е извършвало сделки за хеджиране на валутен риск, тъй като няма сделки в USD или други валути с плаващ спрямо лева курс.

Дружеството би могло да има експозиция към ликвиден, пазарен, лихвен, валутен и оперативен рискове, възникващи от употребата на финансови инструменти.

XII. ДОПЪЛНИТЕЛНА ИНФОРМАЦИЯ ПО РАДЗЕЛ VI A ОТ ПРИЛОЖЕНИЕ № 10 НА НАРЕДБА № 2 НА КФН

1. Информация, дадена в стойностно и количествено изражение относно основните категории стоки, продукти и/или предоставени услуги, с посочване на техния дял в приходите от продажби на компанията като цяло и промените, настъпили през отчетната финансова година

Към 31.12.2016 г. нетните приходи от продажби на БИЛБОРД АД съгласно формите на МСС са на стойност 8 256 хил. лв., което представлява понижение от 1,15 % в сравнение с отчетените към 31.12.2015 г. нетни приходи от продажби в размер на 8 352 хил. лв. Към 31.12.2016 г. приходите от продажба на продукцията на дружеството са на стойност 7 578 хил. лв., а приходите от продажба на услуги са в размер на 678 хил. лв.

Таблица № 19

| Вид приход | 31.12.2014 г. | 31.12.2015 г. | 31.12.2016 г. |
|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Продажби на продукция в т.ч. | 6 703 | 7 682 | 7 578 |
| Продажби на печатна продукция | 6 703 | 7 682 | 7 578 |
| Продажби на услуги в т.ч. | 1 009 | 670 | 678 |
| Продажби на услуги | 1 009 | 670 | 678 |
| Общо | 7 712 | 8 352 | 8 256 |

През 2016 г. БИЛБОРД АД е генерирало следните приходи от чужбина:

- Франция - 22 хил. лв.
- Македония - 11 хил. лв.
- Други - 24 хил. лв.

2. Информация относно приходите, разпределени по отделните категории дейности, вътрешни и външни пазари, както и информация за източниците за снабдяване с материали, необходими за производството на стоки или предоставянето на услуги с отразяване степента на зависимост по отношение на всеки отделен продавач или купувач/потребител, като в случай, че относителният дял на някой от тях надхвърля 10 на сто от разходите или приходите от продажби, се предоставя информация за всяко лице поотделно, за неговия дял в продажбите или покупките и връзките му с дружеството

Таблица № 20

| ПРИХОДИ | (в хил. лв.) | | | | |
|---|--------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| | 2014 | % | 2015 | % | 2016 |
| а | 1 | | 2 | | 3 |
| А. Приходи от дейността | | | | | |
| I. Нетни приходи от продажби на: | | | | | |
| 1. Продукция | 6703 | 14,61% | 7682 | -1,35% | 7578 |
| 2. Стоки | 1387 | 0% | 783 | 0% | 266 |
| 3. Услуги | 1009 | -33,60% | 670 | 1,19% | 678 |
| 4. Други | 76 | 2030% | 1619 | -17,11% | 1342 |
| Общо за група I: | 9 175 | 17,21% | 10 754 | -8,28% | 9 864 |
| II. Приходи от финансираня | 0 | | 0 | | 0 |
| в т.ч. от правителството | | | | | |
| Общо за група II: | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| III. Финансови приходи | | | | | |
| 1. Приходи от лихви | 292 | -27,74% | 211 | -18,48% | 172 |
| 2. Приходи от дивиденди | 43 | -100% | 0 | 0% | 0 |
| 3. Положителни разлики от операции с финансови активи и инструменти | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| 4. Положителни разлики от промяна на валутни курсове | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| 5. Други | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 |
| Общо за група III: | 335 | -37,01% | 211 | -18,48% | 172 |
| Б. Общо приходи от дейността (I + II + III): | 9 510 | 15,30% | 10 965 | -8,47% | 10 036 |

Към 31.12.2016 г. БИЛБОРД АД отчита нетни приходи от продажби на стойност 9 864 хил.лв., което представлява намаление от 8,28 % в сравнение с регистрираните към 31.12.2015 г. нетни приходи от продажби в размер на 10 754 хил. лв.

Общо приходите от дейността на дружеството за 2016 г. са на стойност 10 036 хил. лв. и отчитат спад от 8,47 % в сравнение с общите приходи от дейността за 2015 г. в размер на 10 965 хил.лв.

Не съществува концентрация както и зависимост на дружеството по отношение на отделен продавач или купувач/потребител, както и не съществува отделен продавач или купувач/потребител, чийто относителният дял надхвърля 10 на сто от разходите или приходите от продажби на дружеството.



- ◇ Информация относно приходите, разпределени по вътрешни и външни пазари

Приходите, генерирани от БИЛБОРД АД от чужбина за 2016 г. са посочени в т. 1 по-горе.

3. Информация за сключени съществени сделки

През отчетната 2016 г. не са сключвани сделки, които водят или може основателно да се предположи, че ще доведат до благоприятна или неблагоприятна промяна в размер на 5 или повече на сто от приходите или печалбата на дружеството, от друг финансов показател, както и пазарната цена на издадените акции от дружеството, освен посочените във финансовия отчет към 31.12.2016 г.

4. Информация относно сделките, сключени между дружеството и свързани лица, през отчетния период, предложения за сключване на такива сделки, както и сделки, които са извън обичайната му дейност или съществено се отклоняват от пазарните условия, по които емитентът или негово дъщерно дружество е страна с посочване на стойността на сделките, характера на свързаността и всяка информация, необходима за оценка на въздействието върху финансовото състояние на емитента

Към 31.12.2016 г. сключените големи сделки между БИЛБОРД АД и свързани лица са, както следва:

Таблица № 21

| Свързано лице | Вид свързаност | Обем на сделките, хил. лв. | Пояснителни бележки |
|--------------------|---|----------------------------|--------------------------------------|
| ДЕДРАКС АД | Дъщерно дружество на БИЛБОРД АД, в което БИЛБОРД АД притежава 60 % от капитала | 845 | печатна продукция, наеми, ДМА, др. |
| МОУШЪН АРТС ООД | Дъщерно дружество на БИЛБОРД АД, в което БИЛБОРД АД притежава 51 % от капитала | 553 | печатна продукция, услуги, наем, ДМА |
| ДИГИТАЛ ПРИНТ ЕООД | Дъщерно дружество на БИЛБОРД АД, в което БИЛБОРД АД притежава 100 % от капитала | 310 | печатна продукция, услуги, ДМА |

Сключените сделки със свързани лица не са извън обичайната му дейност и не се отклоняват съществено от пазарните условия.

5. Информация за събития и показатели с необичаен за емитента характер, имащи съществено влияние върху дейността му и реализираните от него приходи и извършени разходи; оценка на влиянието им върху резултатите през текущата година

Не са налице събития или показатели с необичаен за дружеството характер.

6. Информация за сделки, водени извънбалансово през 2016 г. - характер и бизнес цел, посочване финансовото въздействие на сделките върху дейността, ако рискът и ползите от



тези сделки са съществени за емитента и ако разкриването на тази информация е съществено за оценката на финансовото състояние на емитента

През 2016 г. не са сключвани сделки, водени извънбалансово.

7. Информация за дялови участия на емитента, за основните му инвестиции в страната и в чужбина (в ценни книжа, финансови инструменти, нематериални активи и недвижими имоти), както и инвестициите в дялови ценни книжа извън неговата група предприятия по смисъла на Закона за счетоводството и източниците/начините на финансиране

Към 31.12.2016 г. БИЛБОРД АД притежава съучастия в следните дъщерни дружества, част от икономическата му група:

Таблица № 22

| Наименование на дружество | Основна дейност | Дял в капитала или от гласовете в ОС |
|---------------------------|---|--------------------------------------|
| “Дигитал принт” ЕООД | Дигитален печат, реклама, сделки с интелектуална собственост, лизинг, както и всякакви други сделки, които не са забранени със закон. | 100 % от капитала |
| “ИнСтор медиа” ЕООД | Вътрешна и външна търговия, производство и търговия с рекламни материали и съоръжения, рекламни услуги, дизайн, и други дейности и услуги, незабранени от закона. | 100 % от капитала |
| “Дедракс” АД | Предпечатна подготовка и графичен дизайн, издателска и рекламна дейност, разработка, адаптация, внедряване, съпровождане на програмни продукти и системи, търговия и разпространение на същите. Вътрешно и външнотърговска дейност и всичко не забранено от закона. | 60 % от капитала |
| “Моушън Артс” ООД | Търговия, производство, мениджмънт, туризъм, услуги компютърна анимация и дизайн, както и всяка друга дейност, която не е забранена от закона. | 51 % от капитала |

През четвъртото тримесечие на 2016 г. е извършена следната промяна в групата предприятия, в която БИЛБОРД АД е предприятие – майка:

Въз основа на решение на СД на БИЛБОРД АД от 19.12.2016 г., на 20.12.2016 г. е извършена продажба на дяловете, притежавани от БИЛБОРД АД и ДИГИТАЛ ПРИНТ ЕООД (100 % дъщерно дружество на БИЛБОРД АД) от капитала на ТИПО ПРИНТ ООД - асоциирано дружество на БИЛБОРД АД. Продажбата на дяловете от капитала на ТИПО ПРИНТ ООД е извършена при цена от 0.50 лева за дял или обща продажна цена за БИЛБОРД АД – 215 лв. и обща продажна цена за ДИГИТАЛ ПРИНТ ЕООД – 357 лв.

Стойността на сделката не надхвърля прагове по чл. 114, ал. 1 от ЗППЦК за БИЛБОРД АД и по чл. 114, ал. 3 от ЗППЦК – за ДИГИТАЛ ПРИНТ ЕООД и респективно не изисква изрично овластяване от страна на ОСА на БИЛБОРД АД и от СД на БИЛБОРД АД – по отношение на продажбата на дялове от капитала на ТИПО ПРИНТ ООД от страна на ДИГИТАЛ ПРИНТ ЕООД. Продажбата на дяловете от капитала на ТИПО ПРИНТ ООД от страна на БИЛБОРД АД и ДИГИТАЛ ПРИНТ ЕООД се извършва поради обстоятелството, че дружеството е изцяло декапитализирано и не осъществява дейност.

8. Информация относно сключените от емитента, от негово дъщерно дружество или дружество майка, в качеството им на заемополучатели, договори за заем с посочване на условията по тях, включително на крайните срокове за изплащане, както и информация за предоставени гаранции и поемане на задължения

Към 31.12.2016 г. параметрите на задълженията по кредити са както следва:



Таблица № 23

| Банка / Кредитор | Договорен размер на кредита | Лихвен % | Падеж | Краткосрочна част по амортизирана стойност | | Дългосрочна част по амортизирана стойност | |
|-----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-----------|--|-------|---|-------|
| | | | | Главница | Лихви | Главница | Лихви |
| Българска банка за развитие | 6 356 | 3M EURIB + 4.2% > 5.50% | 20.3.2025 | 459 | 21 | 5 322 | |

9. Информация относно сключените от емитента, от негово дъщерно дружество или дружество майка, в качеството им на заемодатели, договори за заем, включително предоставяне на гаранции от всякакъв вид, в това число на свързани лица, с посочване на конкретните условия по тях, включително на крайните срокове за плащане, и целта, за която са били отпуснати

Таблица № 24

| Предоставени заеми | | | | | | | |
|--------------------|--------|----------|-----------|--|--------------|---|----------|
| Кредитополучател | Валута | Лихвен % | Падеж | Краткосрочна част по амортизирана стойност | | Дългосрочна част по амортизирана стойност | |
| | | | | Главница | Лихви | Главница | Лихви |
| Дигитал Принт ЕООД | BGN | ОЛП + 3% | 01.8.2018 | | 1 494 | 5 159 | |
| Дедракс АД | | | | 5 | | | |
| Общо | | | | 5 | 1 494 | 5 159 | - |

Таблица № 25

| Начислени приходи от лихви по Предоставени Заеми | | | | |
|--|---------------------------|------------------------|-----------------------|---------------------------|
| Кредитополучател | Вземане към 31.12.2015 г. | Начислени през 2016 г. | Получени през 2016 г. | Вземане към 31.12.2016 г. |
| Дигитал Принт ЕООД | 1 337 | 157 | | 1 494 |
| Общо | 1 337 | 157 | - | 1 494 |

10. Информация за използването на средствата от емитирана нова емисия ценни книжа през отчетния период

През 2016 г. БИЛБОРД АД не е емитирало нова емисия акции.

11. Анализ на съотношението между постигнатите финансови резултати, отразени във финансовия отчет за финансовата година, и по-рано публикувани прогнози за тези резултати

През 2016 г. БИЛБОРД АД не е публикувало прогноза за резултатите си през отчетния период.

12. Анализ и оценка на политиката относно управлението на финансовите ресурси с посочване на възможностите за обслужване на задълженията, евентуалните заплахи и мерки, които емитентът е предприел или предстои да предприеме с оглед отстраняването им

БИЛБОРД АД осъществява оперативната си дейност като управлението на финансовите ресурси е подчинено изключително на изискването за достигането на максимална ефективност с



едновременното съблюдаване на сроковете за плащане по договори, както с доставчици, така и с клиенти.

Към 31.12.2016 г. дружеството не среща затруднения в обслужването на задълженията си към финансови институции и доставчици.

13. Оценка на възможностите за реализация на инвестиционните намерения с посочване на размера на разполагаемите средства и отразяване на възможните промени в структурата на финансиране на тази дейност

Отчитайки икономическата ситуация в Европейския съюз и в България през 2016 г., и в частност пазара на който оперира дружеството, както и усложнената през последната година политическа ситуация в национален и международен аспект, ръководството на БИЛБОРД АД счита, че през 2017 г. дружеството ще постигне 4 % ръст в приходите от продажби спрямо 2016 г. По отношение на резултатите във финансово изражение, БИЛБОРД АД ще продължи да бъде зависимо от не особено активното вътрешно потребление и консервативните рекламни бюджети на компаниите в страната.

И през 2017 г. Дружеството ще запази консервативна политика по отношение на извършване на инвестиции в нови производствени мощности.

14. Информация за настъпили промени през отчетния период в основните принципи за управление на емитента и на неговата група предприятия по смисъла на Закона за счетоводството

Не е настъпила промяна в основните принципи на управление на БИЛБОРД АД и дружествата от неговата група предприятия по смисъла на Закона за счетоводството.

15. Информация за основните характеристики на прилаганите от емитента в процеса на изготвяне на финансовите отчети система за вътрешен контрол и система за управление на рисковете

При описание на основните характеристики на системите за вътрешен контрол и управление на риска следва да се има предвид, че нито ЗППЦК, нито Националният кодекс за корпоративно управление дефинират вътрешно-контролна рамка, която публичните дружества в България да следват. Ето защо за целите на изпълнението на задълженията на дружеството по чл. 100н, ал. 8, т. 4 от ЗППЦК при описанието на основните характеристики на системите са ползвани рамките на Международен одиторски стандарт 315.

Общо описание на системата за вътрешен контрол и управление на риска

В БИЛБОРД АД функционира система за вътрешен контрол и управление на риска, която гарантира ефективното функциониране на системите за отчетност и разкриване на информация. Системата е изградена и функционира и с оглед идентифициране на рисковете, съпътстващи дейността на дружеството и подпомагане тяхното ефективно управление. Съветът на директорите носи основната отговорност и роля по отношение на изграждане на системата за вътрешен контрол и управление на риска. Той изпълнява както управляваща и насочваща функция, така и текущ мониторинг. Текущият мониторинг от страна на корпоративното ръководство се състои в оценяване дали системата е подходяща все още за дружеството в условията на променена среда, дали действа както се очаква и дали се адаптира периодично към променените условия. Оценяването е съразмерно с характеристиките на компанията и влиянието на идентифицираните рискове.



Целта на въведените в БИЛБОРД АД системи за вътрешен контрол и за управление на риска е да осигурят съответствие между законовите и регулаторни изисквания и правилното функциониране на вътрешните процеси. Тези системи са установени в съответствие със спецификите на компанията – нейната дейност, финансови характеристики, индустриален сектор, нужди и ресурси.

Системите за вътрешен контрол и за управление на риска имат за цел:

- идентифициране на рисковете, на които дружеството може да бъде изложено ((а) рискове, свързани с основната дейност на дружеството и (б) рисковете, които могат съществено да повлияят върху процеса на подготовка и представяне на финансовите отчети);
- представяне на относимата информация относно тези рискове на Съвета на директорите с оглед осигуряване на възможност за вземане на информирани управленски решения;
- контрол относно наличието на съответствието със законовите разпоредби, регулации и насоките на дейността на мениджмънта;
- осъществяване на мониторинг върху дейността на компанията.

Контролна среда

Контролната среда включва функциите за общо управление и ръководните такива, както и отношението, информираността и действията на корпоративното ръководство, отговорно за управлението в широк смисъл и отговорното управление по отношение на вътрешния контрол. Контролната среда включва следните елементи:

- **Ангажимент за компетентност.** Съветът на директорите на дружеството, одитния комитет и лицата ангажирани с процеса на вътрешен контрол и управление на риска притежават необходимите познанията и уменията, необходими за изпълнение на задачите, които изисква процеса, които определят длъжностната характеристика на дадено лице. Съветът на директорите и изпълнителният директор на дружеството следят за нивата на компетентност за конкретни работни места и начините, по които тези нива се превръщат в изисквани реквизити за умения и познания.

- **Участие на лицата, натоварени с общо управление.** Съзнанието за контрол в дружеството се влияе в значителна степен от лицата, натоварени с общо управление, а именно от членовете на Съвета на директорите на дружеството. Отговорностите на Съвета на директорите са уредени в Устава и договорите за управление. Допълнително Съветът на директорите е натоварен и с надзор върху проектирането на модела и ефективното функциониране на процедурите за предупреждение и процеси за преглед на ефективността на вътрешния контрол на дружеството.

- **Философия и оперативен стил на ръководството.** Философията и оперативният стил на ръководството обхващат широка гама характеристики. Нагласите на Съвета на директорите и неговите действия във връзка с финансовото отчитане се проявяват чрез консервативния избор измежду наличните алтернативни счетоводни принципи.

- **Организационна структура.** Установяването на подходяща организационна структура включва вземане под внимание на основните области на правомощия и отговорности и подходящите йерархични нива на отчетност и докладване. Съветът на директорите преценява уместността на организационната структура на дружеството, като съобразява тази структура с размера и характера на дейностите на дружеството.



- **Възлагане на правомощия и отговорности.** При възлагането на правомощия и отговорности на останалите служители в дружеството се отчитат приложимите за сектора бизнес практики, познания и опит на служителите и наличните в дружеството ресурси.
- **Политика и практика, свързани с човешките ресурси.** Политиката и практиката, свързани с човешките ресурси, често показват важни въпроси във връзка със съзнанието за контрол на дружеството. При подбора на персонал Съветът на директорите и изпълнителният директор се фокусират върху образователния ценз, предишен професионален опит, минали постижения и доказателства за почтеност и етично поведение. По този начин се изразява и ангажираността на дружеството да назначава компетентни и надеждни служители.

Процес за оценка на рисковете на Дружеството

Процесът на оценка на риска от страна на Съвета на директорите на БИЛБОРД АД представлява базата относно начина, по който корпоративното ръководство на дружеството определя рисковете, които следва да бъдат управлявани.

Съветът на дружеството идентифицира следните видове риск, относими към Дружеството и неговата дейност: общи (систематични) и специфични (несистематични) рискове. Систематичните рискове са свързани с макросредата, в която дружеството функционира, поради което в повечето случаи същите не подлежат на управление от страна на ръководния екип. Несистематични рискове са пряко относими към дейността на Дружеството и зависят предимно от корпоративното ръководство. За тяхното минимизиране се разчита на повишаване ефективността от вътрешно-фирменото планиране и прогнозиране, което осигурява възможности за преодоляване на евентуални негативни последици от настъпило рисково събитие.

Всеки от рисковете, свързани с държавата – политически, икономически, кредитен, инфлационен, валутен – има самостоятелно значение, но общото им разглеждане и взаимодействието между тях формират цялостна представа за основните икономически показатели, пазарните условия, конкурентните условия в страната, в която съответното дружество осъществява своята дейност.

Подробно описание на рисковете, характерни за дейността на БИЛБОРД АД е представено в раздел **ОСНОВНИ РИСКОВЕ, ПРЕД КОИТО Е ИЗПРАВЕНО ДРУЖЕСТВОТО** от настоящия годишен доклад за дейността.

Процес на управление на рисковете на Дружеството

Корпоративното ръководство на БИЛБОРД АД отговаря за управлението на рисковете. Управлението на риска включва идентифициране, оценяване и контролиране на потенциални събития или ситуации, които могат да повлияят негативно върху постигане целите на организацията, и е предназначено да даде разумна увереност, че бизнес целите на дружеството ще бъдат постигнати.

Общият план на ръководството на БИЛБОРД АД за управление на риска се фокусира върху непредвидимостта на финансовите пазари и се стреми да сведе до минимум потенциалното отрицателно въздействие върху финансовото състояние на Дружеството.

Информационна система и свързаните с нея бизнес процеси, съществени за финансовото отчитане и комуникацията

Информационната система, съществена за целите на финансовото отчитане, която включва счетоводната система, се състои от процедури и документация, разработени и установени с цел:

- инициране, отразяване, обработка и отчитане на сделки и операции на дружеството (както и събития и условия) и поддържане на отчетност за свързаните активи, пасиви и собствен капитал;
- разрешаване на проблеми с неправилна обработка на сделки и операции, като например, автоматизирани файлове за неуточнени позиции на информация и процедури, следвани за своевременно коригиране на задържаните неуточнени позиции;
- обработка и отчитане на случаи на заобикаляне на системите или преодоляване на контролите;
- прехвърляне на информацията от системите за обработка на сделките и операциите в главната книга;
- обхващане на информация, съществена за финансовото отчитане на събития и условия, различни от сделки и операции, като например амортизация на материални и нематериални активи и промени в събираемостта на вземанията;
- и гарантиране, че изискваната за оповестяване от приложимата обща рамка за финансово отчитане информация е събрана, отразена, обработена, обобщена и, че тя е подходящо отчетена във финансовия отчет.

Комуникацията от страна на дружеството на ролите и отговорностите във финансовото отчитане и на важни въпроси, свързани с нея, включва осигуряването на разбиране за индивидуалните роли и отговорности, свързани с вътрешния контрол върху нея. Тя включва такива въпроси като например степента, в която счетоводния екип разбира по какъв начин дейностите му в информационната система за финансово отчитане, са свързани с работата на други лица и средствата за докладване на изключения към корпоративното ръководство.

Комуникацията се осъществява въз основа въз основа на разработени съвместно с регистрирания одитор правила за финансово отчитане. Откритите канали за комуникация помагат за гарантиране, че изключенията се докладват и за тях се предприемат действия.

Текущо наблюдение на контролите

Текущото наблюдение на контролите е процес на оценка на ефективността на резултатите от функционирането на вътрешния контрол във времето. То включва своевременна оценка на ефективността на контролите и предприемане на необходимите оздравителни действия. Корпоративното ръководство извършва текущо наблюдение на контролите чрез текущи дейности, отделни оценки или комбинация от двете. Текущите дейности по наблюдение често са вградени в нормалните повтарящи се дейности на дружеството и включват регулярни управленски и надзорни дейности.

Отговорности и взаимодействие между Съвета на директорите, одитния комитет и външния одитор на компанията

Функции на одитния комитет

Одитният комитет осъществява функция по общ мониторинг на ефективността на системите за вътрешен контрол и за управление на риска без да дублира текущия мониторинг, осъществяван от висшия мениджмънт. Другите функции на одитния комитет включват мониторинг на процеса по финансово отчитане, мониторинг върху годишния външен одит на индивидуалния и консолидирания финансов отчет, проверка на независимостта на външния одитор и даването на препоръки за сключване на договор с него.

За да осъществява ефективно своите функции, одитният комитет на БИЛБОРД АД получава необходимата информация основните характеристики и важните актуализации на системите за вътрешен контрол и за управление на риска, включително разпределението на



отговорностите от Съвета на директорите и от външния одитор на компанията. Одитният комитет е информиран и относно основните резултати от текущия мониторинг и контролните дейности, предприети от висшия мениджмънт.

Функции на Съвета на директорите

Основната отговорност по отношение на системите за вътрешен контрол и за управление на риска са на Съвета на директорите на компанията. Ролята на висшия мениджмънт се състои в осъществяването на следните функции.

- Съветът на директорите е отговорен за управлението и определянето на предназначението, изпълнението и поддръжката на системи за вътрешен контрол и за управление на риска, които са най-подходящи за дружеството с оглед нейните специфики и дейност. Това включва определянето на общи и конкретни насоки, определянето на приоритети и предприемането на необходимите корективни действия, в случай на необходимост.

- Съветът на директорите осъществява регулярна преценка дали системите за вътрешен контрол и за управление на риска са подходящи с оглед основната дейност и характеристиките на дружеството, дали те функционират в съответствие с предназначението си и дали са адаптирани по подходящ начин в следствие на променени условия.

- Съветът на директорите осигурява предоставянето на съответна информация на одитния комитет, а когато е необходимо – и на обществеността.

Функции на външния одитор

Целта на законово предвидения (външен) одит е да се удостовери достоверността на финансовите отчети. Това се постига посредством изразяването на мнение от страна на външния одитор относно това дали финансовите отчети са изготвени, във всички съществени отношения, в съответствие с приложимата рамка за финансово отчитане. Външният одитор следва да оцени рисковете от съществени погрешни становища във финансовите отчети. Той може да събира сведения и информация от източници, в рамките на компанията, да извършва аналитични процедури, наблюдение и инспекции, посредством които да получи информация относно процеса по оценка на риска в компанията относим към изготвянето на финансовите отчети.

16. Информация за промените в управителните и надзорните органи през 2016 г.

Към 31.12.2016 г. Съветът на директорите на БИЛБОРД АД е в следния състав:

1. Калин Василев Генчев – Председател на Съвета на директорите,
2. Стефан Василев Генчев – Изпълнителен директор,
3. Борислав Христов Борисов – независим член на Съвета на директорите
4. Десислав Грозев Томов – независим член на Съвета на директорите

Дружеството се представлява от изпълнителния член на Съвета на директорите.

През отчетната финансова година не е извършвана промяна в състава на СД и в представителството на дружеството. На проведеното на 16.06.2016 г. редовно годишно общо събрание на акционерите на дружеството е прието решение за преизбиране на всички членове на Съвета на директорите с нов 5-годишен мандат.

17. Информация за размера на възнагражденията, наградите и/ или ползите на всеки от членовете на управителните и на контролните органи за отчетната финансова година, изплатените от емитента и негови дъщерни дружества, независимо от това, дали са били включени в разходите на емитента или произтичат от разпределение на печалбата, включително:

а) получени суми и непарични възнаграждения



б) условни или разсрочени възнаграждения, възникнали през годината, дори и ако възнаграждението се дължи към по-късен етап

в) сума, дължима от емитента или негови дъщерни дружества за изплащане на пенсии, обезщетения при пенсиониране или други подобни обезщетения

За 2016 г. на членовете на Съвета на директорите на Дружеството са начислените следните възнаграждения:

Таблица № 26

| Грите имена | Позиция | Бруто лева |
|--------------------------|-------------------------|------------|
| Калин Василев Генчев | Председател на СД | 35 280 |
| Стефан Василев Генчев | Изпълнителен член на СД | 35 280 |
| Десислав Грозев Томов | Независим член на СД | 25 200 |
| Борислав Христов Борисов | Независим член на СД | 25 200 |

През 20156 г. членовете на СД на дружеството не са получавали непарични възнаграждения. Дружеството няма условни или разсрочени задължения, възникнали през годината, дори и ако възнаграждението се дължи към по-късен етап.

Към 31.12.2016 г. БИЛБОРД АД не дължи суми за изплащане на пенсии или обезщетения при пенсиониране.

18. Информация за притежаваните от членовете на управителните и контролните органи, прокуристи и висшия ръководен състав акции на емитента, включително акциите, притежавани от всеки от тях поотделно и като процент от акциите от всеки клас, както и предоставени им от емитента опции върху негови ценни книжа – вид и размер на ценните книжа, върху, които са учредените, цена на упражняване на опциите, покупка цена, ако има такава, и срок на опциите

Към 31.12.2016 г. членовете на СД на БИЛБОРД АД притежават акции от капитала на Дружеството, както следва:

Таблица № 27

| Грите имена | Позиция | Брой акции | % от капитала |
|--------------------------|-------------------------|------------|---------------|
| Калин Василев Генчев | Председател на СД | 3 000 000 | 20 % |
| Стефан Василев Генчев | Изпълнителен член на СД | 3 000 000 | 20 % |
| Борислав Христов Борисов | Независим член на СД | 0 | 0 % |
| Десислав Грозев Томов | Независим член на СД | 0 | 0 % |

Дружеството не е предоставяло опции върху ценните си книжа.

19. Информация за известните на дружеството договорености (включително и след приключване на финансовата година, в резултат на които в бъдещ период могат да настъпят промени в притежавания относителен дял акции от настоящи акционери

На дружеството не са известни договорености, в резултат на които в бъдещ период могат да настъпят промени в притежавания относителен дял акции от настоящи акционери.

20. Информация за висящи съдебни, административни или арбитражни производства, касаещи задължения или вземания на емитента в размер най-малко 10 на сто от собствения му капитал



Няма висящи съдебни, административни или арбитражни производства, касаещи задължения или вземания на емитента в размер най-малко 10 на сто от собствения му капитал.

21. Данни за директора за връзки с инвеститорите:

София Аргирова - Атанасова

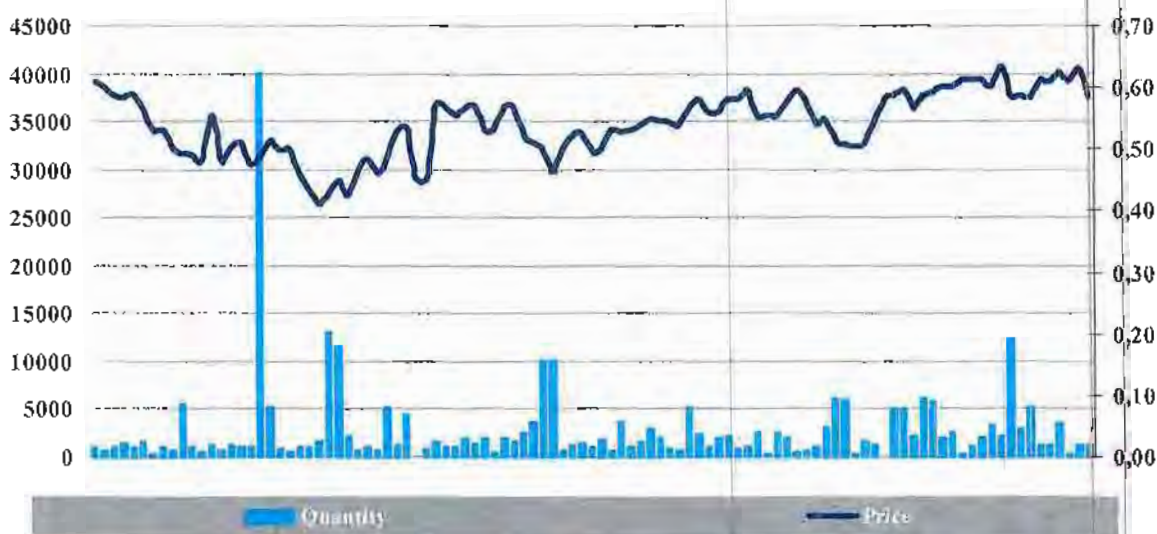
тел. +359 2 988 24 13;

e-mail : ir@billboardprint.it

гр. София 1463, НДК, пл. България 1, вх. АИ 4.

ХІІІ. ПРОМЯНА В ЦЕНАТА НА АКЦИИТЕ НА ДРУЖЕСТВОТО

Движение на цената на акциите на БИЛБОРД АД за периода от 01.01.2016 г. до 31.12.2016 г.



ХІV. ДРУГА ИНФОРМАЦИЯ ПО ПРЕЦЕНКА НА ДРУЖЕСТВОТО

Дружеството преценява, че не е налице друга информация, която да не е публично оповестена от дружеството и която би била важна за акционерите и инвеститорите при вземането на обосновано инвеститорско решение.

Приложена като отделен документ е и декларация за корпоративно управление съгласно изискванията на разпоредбите на чл. 100в, ал. 8 от ЗППЦК, която представлява неразделна част от настоящия доклад за дейността.

Дата на подписване

и одобрение за издаване:

27.03.2017 г.

гр. София

За БИЛБОРД АД

Стефан Генчев

Изпълнителен член на СД

