



**ГОДИШЕН КОНСОЛИДИРАН ДОКЛАД
ЗА ДЕЙНОСТТА
НА
БИЛБОРД АД, ГР. СОФИЯ
ЗА ФИНАНСОВАТА 2014Г.**

НАСТОЯЩИЯТ КОНСОЛИДИРАН ДОКЛАД ЗА ДЕЙНОСТТА Е ИЗГОТВЕН В СЪОТВЕТСТВИЕ С РАЗПОРЕДБИТЕ НА ЧЛ. 33 ОТ ЗАКОНА ЗА СЧЕТОВОДСТВОТО, ЧЛ.100Н, АЛ.5 ОТ ЗПЩК И ПРИЛОЖЕНИЕ №10, КЪМ ЧЛ. 32а, АЛ. 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 ОТ ПУБЛИЧНИТЕ ДРУЖЕСТВА И ДРУГИТЕ ЕМИТЕНТИ НА ЦЕННИ КНИЖА.

УВАЖАЕМИ АКЦИОНЕРИ,

Ние, членовете на Съвета на директорите на БИЛБОРД АД, водени от стремежа да управляваме дружеството в интерес на акционерите, както и на основание изискванията на разпоредбите на чл. 33 от Закона за счетоводството, чл.100н, ал.5 от ЗППЦК, чл. 32а, ал.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 от публичните дружества и другите емитенти на ценни книжа и приложение № 10, към чл. 32а, ал. 1, т. 2 от Наредба №2 изготвихме настоящият консолидиран доклад за дейността /Доклада/. Докладът представя коментар и анализ на финансовите отчети и друга съществена информация относно финансовото състояние и резултатите от дейността на дружеството на консолидирана база. Докладът отразява достоверно състоянието и перспективите за развитие на БИЛБОРД АД и дружества включени в консолидацията.

Информацията относно настъпилите през 2014 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 БИЛБОРД АД И ДРУЖЕСТВАТА, ВКЛЮЧЕНИ В ИКОНОМИЧЕСКАТА ГРУПА НА ЕМИТЕНТА

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 31.12.2014 г. дружеството е със седалище, адрес на управление, телефон, телефакс, e-mail ,website , както следва: гр. София 1463, район Триадица, 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 31.12.2014 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 2014 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 ІНТЕРНЕШІНЅЛ 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 ІНТЕРНЕШІНЅЛ БІЗНЕС І ТРАЙДІНГ” АД по споразумение N:104 от 25.10.2005 г. между “КЕЙЛО ІНТЕРНЕЙШЅНЅЛ” ООД, “ІВТ ІНТЕРНЕШІНЅЛ 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:	31.12.2011 г.	31.12.2012 г.	31.12.2013 г.	31.12.2014 г.
Размер на капитала, лева	15 000 000	15 000 000	15 000 000	15 000 000
Брой акции	15 000 000	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	15 000 000
Номинална стойност на акциите, лева	1	1	1	1

Към 31.12.2014 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 икономическата група на емитента:

БИЛБОРД АД е част от икономическа група по смисъла на §1, т.7 от Допълнителните разпоредби на Наредбата № 2 на КФН и е дружество – майка по смисъла на цитираната разпоредба, което притежава пряко над 50 % от гласовете в общото събрание на осем дъщерни дружества.

Към 31.12.2014 г. дружествата от 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 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД притежава 60 % от гласовете в общото събрание.



○ **ДИ ПИ ЕС - БЪЛГАРИЯ ООД**

Предмет на дейност: вътрешна и външна търговия, бартерни и насрещни сделки, продажби при условията на акредитив и лизинг, дистрибутиране на големи обеми на вносни стоки, търговско агентство, посредничество на чужди и местни лица, търговия с цифрова, печатна и широкоформатна печтна техника и консумативи.

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

Към 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД притежава пряко 300 дружествени дяла, представляващи 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 31.12.2014 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 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД е едноличен собственик на капитала на дружеството.

○ **НИМИСОФТ ООД**

Предмет на дейност: производство, покупка и продажба на софтуерни и хардуерни продукти, изграждане на информационни системи, представителство и посредничество на други производители на софтуерни и хардуерни продукти, сделки с интелектуална собственост, както и други незабранени от закона дейности.

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

Към 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД притежава пряко 255 дружествени дяла, или 51 % от гласовете в общото събрание

○ **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.

Към 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД е едноличен собственик на капитала на дружеството.



○ СОЛАРСЕТ ЕООД

Предмет на дейност: добиване, продажба и препродажба на електроенергия от възобновяеми енергийни източници; производството на компоненти, изграждането и оперирането на соларни електроцентрали и такива от други възобновяеми енергийни източници; външна и вътрешна търговия; офсетов ролен печат; дигитален печат; реклама; сделки с интелектуална собственост; лизинг; внос и износ, както и всякакви други сделки, незабранени със закон. Дружеството е регистрирано с **капитал** в размер на 5 000 лв.

Към 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД е едноличен собственик на капитала на дружеството.

○ ТИПО ПРИНТ ООД – асоциирано дружество на БИЛБОРД АД

Предмет на дейност: изработване на дигитален печат, ситопечат, офсет-печат, производство и търговия със стоки за бита на гражданите, промишлени изделия и хранителни продукти, търговско представителство и посредничество на български и чужди физически и юридически лица, транспортна и спедиторска дейност, ресторантьорство, хотелиерство и туризъм, внос и износ, всяка друга дейност, разрешена от закона.

Дружеството е регистрирано с капитал в размер на 142 700 лв.

Към 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД притежава 30.13 % от капитала на ТИПО ПРИНТ ООД, а дъщерното дружество ДИГИТАЛ ПРИНТ ЕООД притежава 50.03 % от капитала.

Информация относно системата на управление на емитента

БИЛБОРД АД има едностепенна система на управление. Дружеството се управлява от Съвет на директорите. Към 31.12.2014 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

Общото събрание на акционерите на БИЛБОРД АД, проведено на 27.06.2014 г. освободи Румен Радев като член на Съвета на директорите и избра г-н Борислав Борисов за нов независим член на Съвета на директорите. Новият член на Съвета на директорите на БИЛБОРД АД е вписан в Търговския регистър към Агенция по вписванията на 07.07.2014 г. под № 20140707123917.

През отчетната финансова година не е извършвана промяна в представителството на дружеството. Не е назначаван или освобождаван прокурист.

Информация относно извършени промени в Устава на емитента през отчетната година

На проведеното на 27.06.2014 г. редовно годишно заседание на ОСА на БИЛБОРД АД са приети промени в Устава на дружеството. Актуалният Устав на дружеството е обявен в Търговския регистър към Агенция по вписванията по партидата на БИЛБОРД АД на 07.07.2014 г. под № 20140707132725.



II. ПРЕГЛЕД НА ДЕЙНОСТТА НА БИЛБОРД АД И ДРУЖЕСТВАТА, ВКЛЮЧЕНИ В ИКОНОМИЧЕСКАТА ГРУПА НА ЕМИТЕНТА

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 2014 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 3М за продуктите на дивизия Commercial Graphics и е единствен оторизиран 3М 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 градският транспорт.



Основни продукти и техни разновидности, произведени от БИЛБОРД АД и техният дял от общата продукция за 2014 г.

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 ротират през периода на рекламиране и местоположение, съобразено с рекламирания продукт.	от винил - външно осветен	9,00%	37,6%
		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 кампания, 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/м ² . За целта е задължително да се използват усилені шевове, капси и въжета при изготвянето на рекламното пано.	Калкани	5,50%	
		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 1,20мx1,80м, 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 кампания и цялостно медия планиране.	виенски стълбове	5,50%	
		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 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 перфо фолиото се слива по естествен начин с фасадата на сградата. Рекламата върху стъклени фасади е имиджова и е ефективна за дълъг период, тъй като производството на визията и монтажът са сравнително скъпи.	от прозрачно фолио	4,50%	
		от плътно и песакоструйно фолио		
		от перфорирано фолио		
		от фолио за задна проекция		
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	0,90%	
		тенти от текстил		
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	светещи фасадни реклами и фейши	2,10%	
		неосветена реклама		



	използваните печатни медии, светещи или несветещи, обемни, неонов и др.			
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	5,50%	
		банери от мрежа		
		трансперанти		
		хоругви		
		банери от текстил		
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	2,50%	
		опаковане със строителни мрежи		
Оказателни 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	0,90%	
		Светлоотразителни табели		
		Рекламни и указателни табели		
		Фирмени тотеме		
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 перфо фолио (върху стъклените).	Брандирани с фолио	0,50%	
		Шатри от винил		
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	0,90%	
		Национални знамена		
		Windblade		
		Ветроустойчиви знамена		
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: тотеме; стикери за бензиноколонки; светещи кутии; рекламни пана; фасадни конструкции; указателни табели.	Брандиране на бензиноколонки	0,40%	
		Светещи кутии по бензиностанции		
		Тотеме		
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	Транслайти	14,20%	33,7%
		Штендери		
		Палетни ленти		
		Секюрити зони		



	процеса на продажбата.		
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	2,10%
		Постери от картон	
		Постери от винил	
		Постери от синтетична хартия	
Светещи реклами	Метални или алуминиеви конструкции с вградени осветителни тела, насочени към лицевата част. Според размерите и мястото, на което се монтира, 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	3,00%
		Меню борди	
Банери	Банерите са рекламно-информационни елементи, предназначени за разполагане върху произволни 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	3,10%
		Текстилни банери и хоругви	
		Трансперанти	
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 площи.	Стандартна подова графика	2,10%
		Подова графика на чела на стълби	
		3D подова графика	
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 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.	Декори за заведения	0,80%
		Декори за телевизионни студия	
		Декори за шоуруми	
		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	2,40%
		Фризери	
		Хладилни витрини и автомати	
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	5,20%
		Макети и фигури	
		Пана от пенокартон	



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 пътничкопоток.	външната част на ескалаторите	0,80%	
		стъклените части на ескалатори и парапети		
		врати на асансьори		
		цялостно брендиране на асансьори		
		вестибюли		
Транспортна реклама	ПЕЧАТ ЗА ТРАНСПОРТНА РЕКЛАМА	Разновидност		
Леки автомобили	Леките автомобили са изключително подходящи за цялостно брендиране. 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 брендирането 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 брендирани	2,50%	16,9%
		частично брендирани		
		със светлоотразителни елементи		
		Тунинг със специални фолия		
Джипове и Пикапи	Джиповете и пикапите са изключително подходящи за цялостно брендиране. 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 брендирането 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 брендирани	0,30%	
		частично брендирани		
		със светлоотразителни елементи		
		Тунинг със специални фолия		
Мотори	Брендирането на мотори е още един нестандартен и атрактивен начин за поднасяне на рекламно 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 необходимо оразмеряване и проектиране на мотора от специалистите на "Билборд" АД	цялостно брендирани	0,10%	
		частично брендирани		
		със светлоотразителни елементи		
		Тунинг със 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 брендирането 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 брендиране, тъй като имат сложни	цялостно брендирани	7,50%	
		частично брендирани		



	кривини. Това ограничава избора на фолио и увеличава цената. Препоръчителни материали за цялостно браандиране са 3M Scotchcal 180 и 3M Scotchcal 380 в зависимост от дълбочината на кривините			
Камиони	Все повече компании браандират 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 браандира 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 фолио от специално разработената серия за автомобили на 3M - Scotchcal 40 и Scotchcal 50.	С метални страни	1,80%	
		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	0,90%	
		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 браандиране. Визиите се отпечатват върху 3M PVC фолио на металните части. Прозорците се браандират с перфо фолио, което не спира светлината, така че рекламното послание не затруднява видимостта отвътре навън. Освен външното браандиране с фолия, навлизат и други възможности за реклама вътре или отвън превозното средство: светещи или несветещи конструкции; рекламни постери; банери и др.	Автобуси	3,80%	
		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 неговата цел. В такъв случай се постига подходящ подбор и качествена изработка на рекламните материали.	Изложения	2,30%	11,8%
		Концерти		
		Откривания		
		Пресконференции		
		Фирмени партита		
		Семплинги и промоции		
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	8,30%	
		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	1,20%	
		Фото изложби		

Основни продукти и техни разновидности, произведени от ДЕДРАКС АД и техният дял от общата продукция за 2014 г.

Продукт	%
Рекламни брошури	15,56%
Списания	14,36%
Рекламни дигляни	8,89%
Рекламни листовки	7,41%
Календари	5,70%
Рекламни каталози	5,19%
Учебници	4,67%
Плакати	4,34%
Кутии	3,70%
Стикери	2,15%
Книги	2,07%
Тефтери	2,06%
Торбички	1,72%
Папки	1,63%
Пирамидки	1,36%
Етикети	1,33%
Тетрадки	1,26%
Други	1,23%
Дисплеи	0,96%
Обложки за CD	0,89%
Уоблери	0,79%
Подлижки за хранене	0,74%
Картички	0,74%
Само печат	0,74%
Работен календар	0,74%
Кочани	0,67%
Фирмени бланки	0,67%
Скреч карти	0,67%
Вложки	0,61%
Карти за игра	0,59%
Шоу карти	0,52%
Рецептурници	0,48%
Шелф толкъри	0,44%
Стелажи	0,44%
Вестници	0,41%
Визитки	0,37%
Постарети	0,37%
Джобове	0,33%
Хедъри	0,33%
Кубчета	0,33%

Стопери	0,30%
Нек хенгъри	0,26%
Ръкави	0,24%
Менюта	0,24%
Прайс таг	0,24%
Пликове	0,22%
Талони	0,22%
Покани	0,16%
Кащони	0,15%
Асистенти	0,15%
Пъзели	0,15%
Класьори	0,12%
Бандероли	0,11%

2. Пазари и продажби

Съгласно годишния консолидиран финансов отчет на БИЛБОРД АД по формите на МСС към 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД регистрира на консолидирана база нетни приходи от продажби в размер на 30 054 хил. лв., което представлява увеличение с 2.77 % спрямо нетните приходи от продажби за 2013 г, които са на стойност 29 243 хил. лв.

Нетните приходи от продажба на продукцията на БИЛБОРД АД на консолидирана база към 31.12.2014 г. са на стойност 25 285 хил. лв. и отчитат намаление от 0.75 %, а нетните приходи от продажба на услуги са на стойност 4769 хил. лв. и нарастват с 26.63 %.

Таблица № 3

Вид приход	31.12.2012 г.	31.12.2013 г.	31.12.2014 г.
Продажби на продукция	24 282	25 477	25 285
Продажби на услуги	3 309	3 766	4 769
Общо	27 591	29 243	30 054

Към 31.12.2014 г. консолидираните нетни приходи от продажби на БИЛБОРД АД са в размер на 30 054 хил.лв., което представлява увеличение с 2.77 % спрямо консолидираните нетни приходи от продажби за 2013 г. на стойност 29 243 хил.лв.

Консолидираните нетни приходи от продажба на продукцията за 2014 г. са на стойност 25 285 хил.лв. и представляват 84.13 % от консолидираните нетни приходи от продажби, а приходи от продажба на услуги са в размер на 4 769 хил.лв. и представляват 15.87 % от консолидираните нетни приходи от продажби.

Към 31.12.2014 г. дружествата от икономическата група на БИЛБОРД АД отчитат общо приходи от износ на стойност 1 510 727.35 лв., които представляват 5.026 % от консолидираните нетни приходи от продажби.

Приходите от износ на БИЛБОРД АД на консолидирана база са разпределени по държави, както следва:

- Чехия – 572 375.85 лв.
- Румъния – 398 135.67 лв.
- Дания – 162 515.31 лв.
- Германия – 116 293.61 лв.
- Италия – 66 094.94 лв.
- Холандия – 62 587.25 лв.
- Гърция – 51 074.15 лв.



- Унгария – 34 600.01 лв.
- Белгия- 9874.99 лв.
- Македония – 8268.14 лв.
- Франция – 8069.24 лв.
- Испания – 7744.35 лв.
- Полша - 2166.28 лв.
- Великобритания – 2087.02 лв.
- САЩ -1078.80 лв.
- Други – 6091.74 лв.

През 2014 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 информацията 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 информацията 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.

III. РЕЗУЛТАТИ ОТ ДЕЙНОСТТА

През 2014 г. Групата е признала загуба от обезценка на активи на стойност 4 288 хил. лв., което е причина за отчетената от дружеството загуба, преди облагане с данъци на консолидирана база на стойност 3 672 хил. лв. Нетната загуба на БИЛБОРД АД на консолидирана база към 31.12.2014 г. е в размер на 3 745 хил. лв., която включва загуба отнасяща се към собствениците на компанията майка 4 059 хил. лв. и печалба отнасяща се към неконтролиращото участие на стойност 314 хил. лв.

Таблица № 4

	2012	%	2013	%	2014
СОБСТВЕН КАПИТАЛ, МАЛЦИНСТВЕНО УЧАСТИЕ И ПАСИВИ	1		2		3
а					
A. СОБСТВЕН КАПИТАЛ					
I. Основен капитал	15000	0%	15000	0%	15000
II. Резерви	3726	1%	3779	1%	3825
III. Финансов резултат	6810	1%	6910	-59%	2805
1. Натрупана печалба (загуба) в т.ч.:	6265	8%	6758	2%	6864
неразпределена печалба	6806	7%	7297	-100%	0
непокрита загуба	-541	0%	-539	100%	0
еднократен ефект от промени в счетоводната политика	0	0%	0	0%	0
2. Текуща печалба	545	-72%	152	-100%	0
3. Текуща загуба	0	0%	0	-100%	-4059
ОБЩО ЗА РАЗДЕЛ "А" (I+II+III):	25536	1%	25689	-16%	21630

Разходи за основна дейност по категории дейности

Таблица № 5

	2012		2013		(в хил.лв.) 2014
РАЗХОДИ	1	%	2	%	3
а					
A. Разходи за дейността					
I. Разходи по икономически елементи					
1. Разходи за материали	12162	5%	12795	-2%	12504
2. Разходи за външни услуги	6319	8%	6793	9%	7411
3. Разходи за амортизации	2200	-3%	2126	4%	2219
4. Разходи за възнаграждения	4302	10%	4747	10%	5240
5. Разходи за осигуровки	470	7%	505	8%	544
6. Балансова стойност на продадени активи (без продукция)	563	29%	726	-97%	24



7. Изменение на запасите от продукция и незавършено производство	(73)	100%	110	3798%	4288
8. Други, в т.ч.:	338	65%	558	-24%	426
обезценка на активи	0	100%	244	-100%	0
провизии	0	0%	0	0%	0
Общо за група I:	26 281	8%	28 360	15%	32 656

Разходите по икономически елементи на БИЛБОРД АД на консолидирана база към 31.12.2014 г. са в размер на 32 656 хил. лв. което представлява ръст от 15 % в сравнение с отчетените към 31.12.2013 г. разходи по икономически елементи на стойност 28 360 хил. лв.

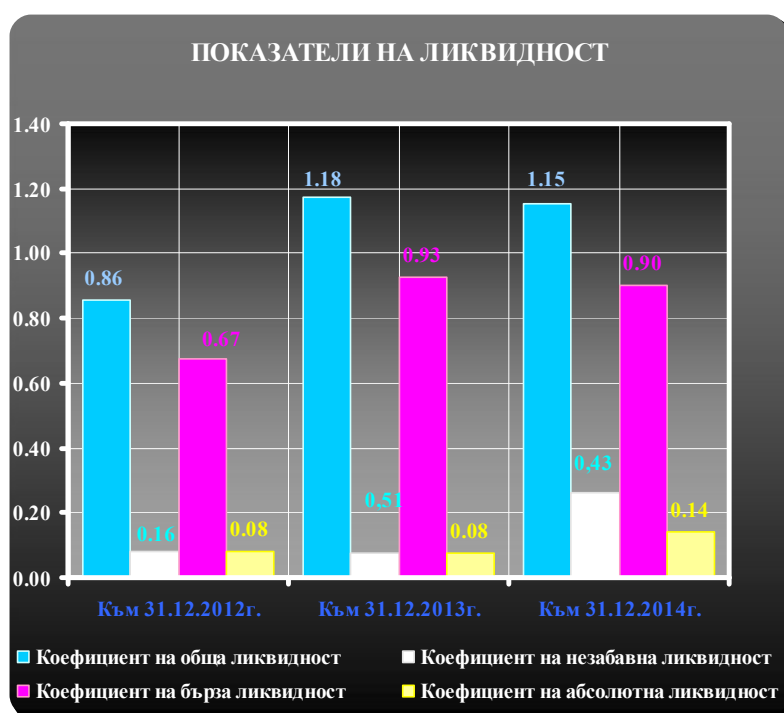
Най-голям дял в разходите по икономически елементи заемат разходите за материали в размер на 12 504 хил. лв., които отчитат намаление от 2 % в сравнение с 2013 г. Разходите за външни услуги на консолидирана база за 2014 г. са на стойност 7411 хил. лв. и нарастват с 9 % спрямо разходите за външни услуги на дружеството на консолидирана база за 2013 г.

ФИНАНСОВИ ПОКАЗАТЕЛИ

1. ЛИКВИДНОСТ

Таблица № 6

	Към 31.12.2012г.	Към 31.12.2013г.	Към 31.12.2014г.
Коефициент на обща ликвидност	0.86	1.18	1.15
Коефициент на незабавна ликвидност	0.08	0.08	0.26
Коефициент на бърза ликвидност	0.67	0.93	0.90
Коефициент на абсолютна ликвидност	0.08	0.08	0.14





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 дружествата от икономическата група да погасяват дълговете си в срок.

Коефициент на обща ликвидност

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

Таблица № 7

	Към 31.12.2012г.	Към 31.12.2013г.	Към 31.12.2014г.
Коефициент на обща ликвидност	0.86	1.18	1.15

Към 31.12.2014 г. стойността на коефициента на обща ликвидност от 1.15 регистрира понижение спрямо стойността му от 1.18 за 2013 г. Понижението в стойността на коефициента на обща ликвидност се дължи на намаление на текущите активи на дружеството с 8 % и понижение на текущите пасиви с 6 %.

Коефициент на бърза ликвидност

Коефициентът на бърза ликвидност представя съотношението на текущите активи минус материалните запаси към текущите пасиви. Неговият традиционен размер, определящ стабилност на компанията е около 0.5.

Таблица № 8

	Към 31.12.2012г.	Към 31.12.2013г.	Към 31.12.2014г.
Коефициент на бърза ликвидност	0.67	0.93	0.90

Към 31.12.2014 г. стойността на коефициента на бърза ликвидност е 0.90 и намалява в сравнение със стойността отчетена през 2013 г. Понижението в стойността на коефициента за бърза ликвидност се дължи на намаление на текущите активи с 8 %, понижение на материалните запаси с 4 % и намаление на текущите пасиви с 8 %.

Коефициент на незабавна ликвидност

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

Таблица № 9

	Към 31.12.2012г.	Към 31.12.2013г.	Към 31.12.2014г.
Коефициент на незабавна ликвидност	0.08	0.08	0.26

Към 31.12.2014 г. стойността на коефициента на незабавна ликвидност е 0.26.

Коефициент на абсолютна ликвидност



Коефициентът на абсолютна ликвидност се изчислява като съотношение на най-ликвидните текущи активи и текущите задължения и изразява способността на Групата да посреща краткосрочните си задължения с наличните си парични средства.

Таблица № 10

	Към 31.12.2012г.	Към 31.12.2013г.	Към 31.12.2014г.
Коефициент на абсолютна ликвидност	0.08	0.08	0.14

Към 31.12.2014 г. в сравнение с 2013 г. стойността на коефициента за абсолютна ликвидност нараства, поради увеличение на паричните средства със 73 %.

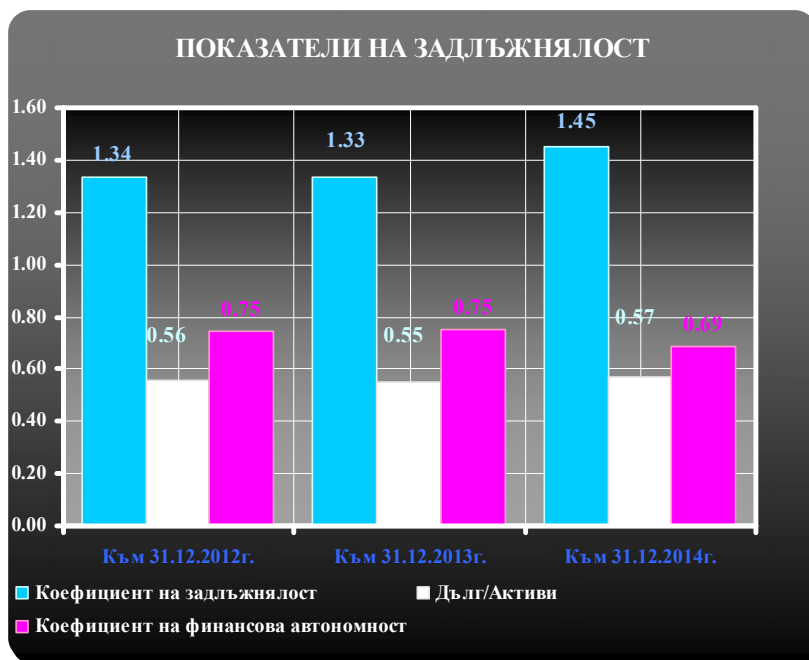
2. КАПИТАЛОВИ РЕСУРСИ

Таблица № 11

	2012	%	2013	%	2014
СОБСТВЕН КАПИТАЛ, МАЛЦИНСТВЕНО УЧАСТИЕ И ПАСИВИ	1		2		3
а					
А. СОБСТВЕН КАПИТАЛ					
I. Основен капитал	15000	0%	15000	0%	15000
II. Резерви	3726	1%	3779	1%	3825
III. Финансов резултат	6810	1%	6910	-59%	2805
1. Натрупана печалба (загуба) в т.ч.:	6265	8%	6758	2%	6864
неразпределена печалба	6806	7%	7297	-100%	0
непокрити загуба	-541	0%	-539	100%	0
еднократен ефект от промени в счетоводната политика	0	0%	0	0%	0
2. Текуща печалба	545	-72%	152	-100%	0
3. Текуща загуба	0	0%	0	-100%	-4059
ОБЩО ЗА РАЗДЕЛ "А" (I+II+III):	25536	1%	25689	-16%	21630

Таблица № 12

	Към 31.12.2012г.	Към 31.12.2013г.	Към 31.12.2014г.
Коефициент на задлъжнялост	1.34	1.33	1.45
	Към 31.12.2012г.	Към 31.12.2013г.	Към 31.12.2014г.
Дълг/Активи	0.56	0.55	0.57
	Към 31.12.2012г.	Към 31.12.2013г.	Към 31.12.2014г.
Коефициент на финансова автономност	0.75	0.75	0.69



Чрез показателите на финансова автономност и финансова задължнялост се отчита съотношението между собствени и привлечени средства в капиталовата структура на групата. Високото равнище на коефициента на финансова автономност, респективно ниското равнище на коефициента на финансова задължнялост са гаранция, както за инвеститорите /кредиторите/, така и за самите собственици относно възможността на дружествата от групата да заплащат регулярно своите дългосрочни задължения.

Ефектът от използването на привлечени средства (дълг) от страна на дружествата от групата 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 групата печели от влягането на привлечените средства повече, отколкото са разходите (лихвите) по тяхното привличане. Когато дадено дружество или група от дружества 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/групата).

Коефициент за финансова автономност

Коефициентът за финансова автономност показва какъв процент от общата сума на пасивите е собствения капитал на дружествата от групата.

Таблица № 13

	Към 31.12.2012г.	Към 31.12.2013г.	Към 31.12.2014г.
Коефициент на финансова автономност	0.75	0.75	0.69

Към 31.12.2014 г. стойността на коефициента на финансова автономност е 0.69 и намалява спрямо 2013 г. През 2014 г. спрямо 2013 г. дългът на БИЛБОРД АД на консолидирана база се понижава с 8 %, а собствения капитал на дружеството намалява с 16 %.

Коефициент на задлъжнялост

Таблица № 14

	Към 31.12.2012г.	Към 31.12.2013г.	Към 31.12.2014г.
Коефициент на задлъжнялост	1.34	1.33	1.45

През 2014 г. в сравнение с 2013 г. стойността на коефициента на задлъжнялост нараства.

ДЪЛГ/АКТИВИ

Съотношението дълг към обща сума на активите показва какъв процент от активите на групата се финансира чрез дълг.

Таблица № 15

	Към 31.12.2012г.	Към 31.12.2013г.	Към 31.12.2014г.
Дълг/Активи	0.56	0.55	0.57

Към 31.12.2014 г. стойността на коефициента Дълг/Активи отбелязва повишение. През 2014 г. спрямо 2013 г. дългът на дружеството намалява с 8 %, а сумата на активите се понижава с 11 %.

3. КЛЮЧОВИ КОЕФИЦИЕНТИ

ФИНАНСОВИ ПОКАЗАТЕЛИ НА БИЛБОРД АД НА КОНСОЛИДИРАНА БАЗА КЪМ 31.12.2014 Г.

Таблица № 16

Показател за 2014 г.	Стойност
Средна цена на акция	0.755 лв.
P/BV	0.52
P/S	0.38
Период на обръщаемост на материалните запаси (изчислен на база приходи от продажби)	38.28
Период на обръщаемост на вземанията от клиенти (по продажби към несвързани лица)	97.50

Рентабилност на Собствения капитал (ROE)

Коефициентът за Рентабилност на собствения капитал се изчислява като числото за печалбата след облагането с данък от отчета за съвкупния доход се изразява като процент от собствения капитал. Това съотношение измерва абсолютната възвращаемост за акционерите по отношение на техните абсолютни инвестиции.

Таблица № 17

	Към 31.12.2012г.	Към 31.12.2013г.	Към 31.12.2014г.
Рентабилност на Собствения капитал	0.02	0.01	-0.17



Към 31.12.2014 г. стойността на коефициента Рентабилност на Собствения капитал е отрицателна поради реализираната от дружеството загуба за 2014 г.

Рентабилност на активите (ROA)

Таблица № 18

	Към 31.12.2012г.	Към 31.12.2013г.	Към 31.12.2014г.
Рентабилност на Активите	0.01	0.002	-0.07

Показателят за Рентабилност на активите показва ефективността на използване на общите активи. Към 31.12.2014 г. стойността на коефициента Рентабилност на активите е отрицателна поради отчетената загуба за 2014 г. През 2014 г. спрямо 2013 г. стойността на активите на дружеството намалява с 11 %.

IV. ОСНОВНИ РИСКОВЕ, ПРЕД КОИТО СА ИЗПРАВЕНИ БИЛБОРД АД И ДРУЖЕСТВАТА, ВКЛЮЧЕНИ В ИКОНОМИЧЕСКАТА ГРУПА

СИСТЕМАТИЧНИ РИСКОВЕ

ОБЩ МАКРОИКОНОМИЧЕСКИ РИСК

От началото на 2014 г., световната икономика започна своето възстановяване с по-бавни темпове от предварително очакваните. Сред развитите икономики, най-устойчиво развитие показва активността в САЩ. През втората половина на годината, икономическото развитие на Европейските страни се забави.

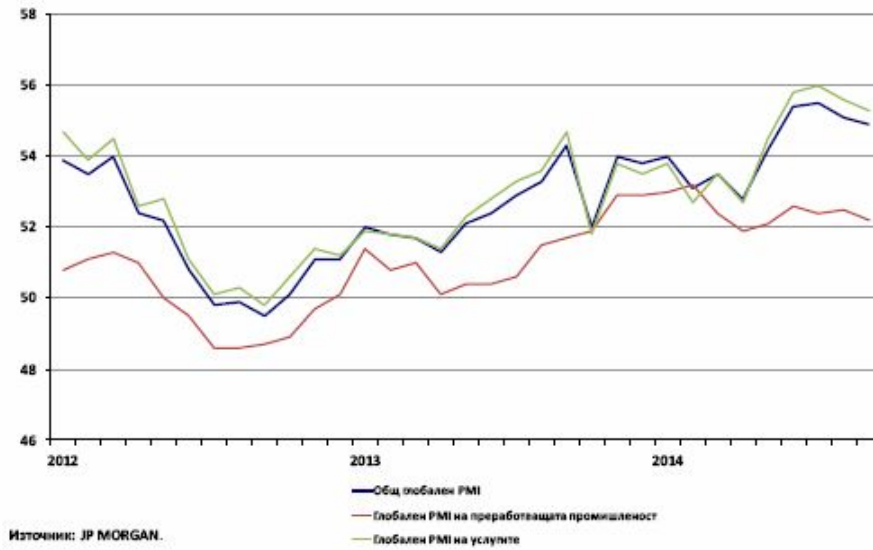
През по-голямата част на 2014 г. водещите макроикономически индикатори показаха тенденция на подобрение в световен мащаб. Глобалният PMI Индекс (Purchasing Manager Index), който отразява нагласите на бизнеса, като цяло регистрира повишение през по-голямата част от годината, достигайки сравнително високи нива - значително над 50-те пункта.

През по-голямата част на 2014 г. световните борсови индекси продължиха в посока нагоре, поради по-големите рискови нагласи от страна на инвеститорите в резултат на оптимистичните очаквания относно развитието на световната икономика, както и благодарение на подкрепата на монетарните стимули от страна на централните банки на САЩ, еврозоната, Обединеното Кралство и Япония.

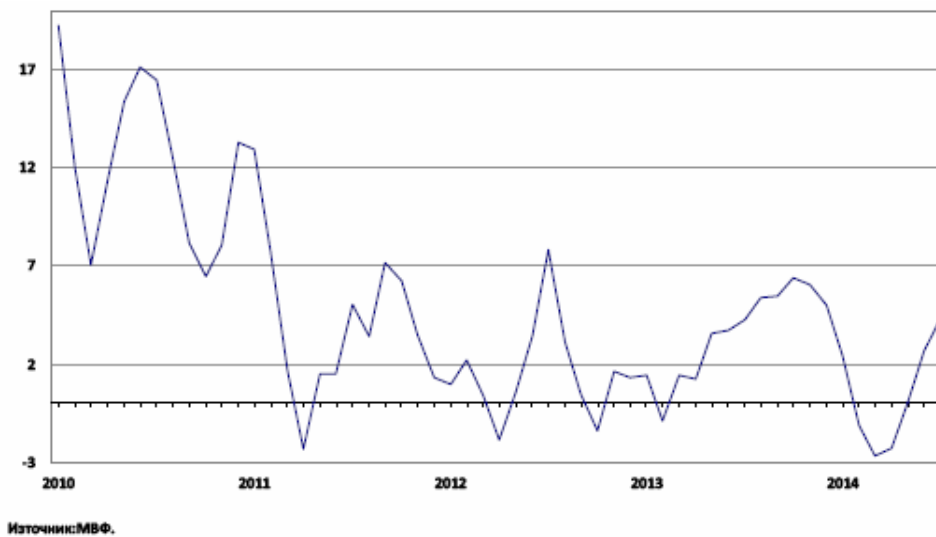
В началото на 2014 г. обемите на индустриалното производство в световен мащаб се понижаваха, поради конфликта Русия-Украйна, лошите климатични условия в САЩ и забавения растеж на страните от Латинска Америка.

През 2014 г. цените на суровините продължиха да спадат. Намаляването на цените на храните и суровините през 2014 г. в световен мащаб се дължи на оптимистичните перспективи за нарастване на предлагането. Спадът при енергийните суровини през 2014 г. се дължи на по-слабото търсене поради увеличеното предлагане на петрол от страна на ОПЕК.

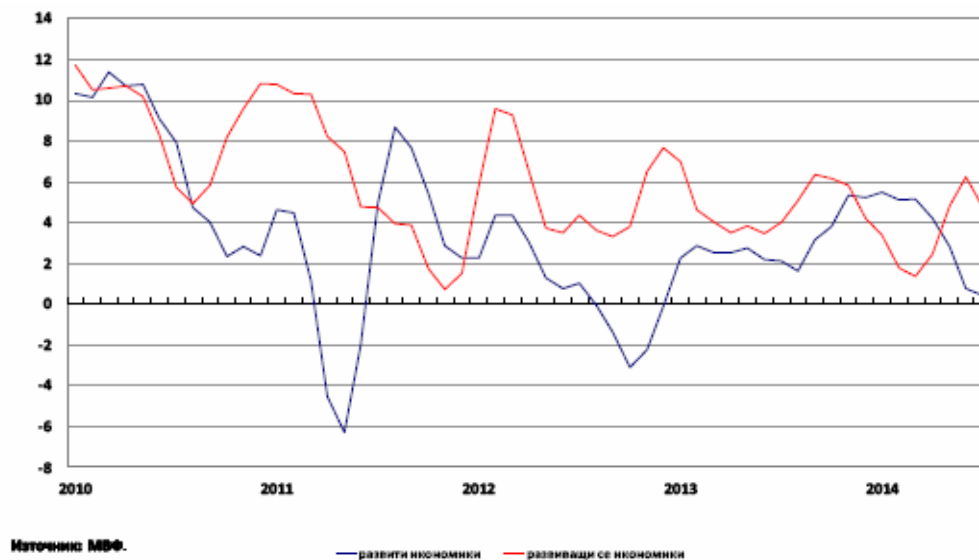
Графика 1. Динамика на индекса PMI



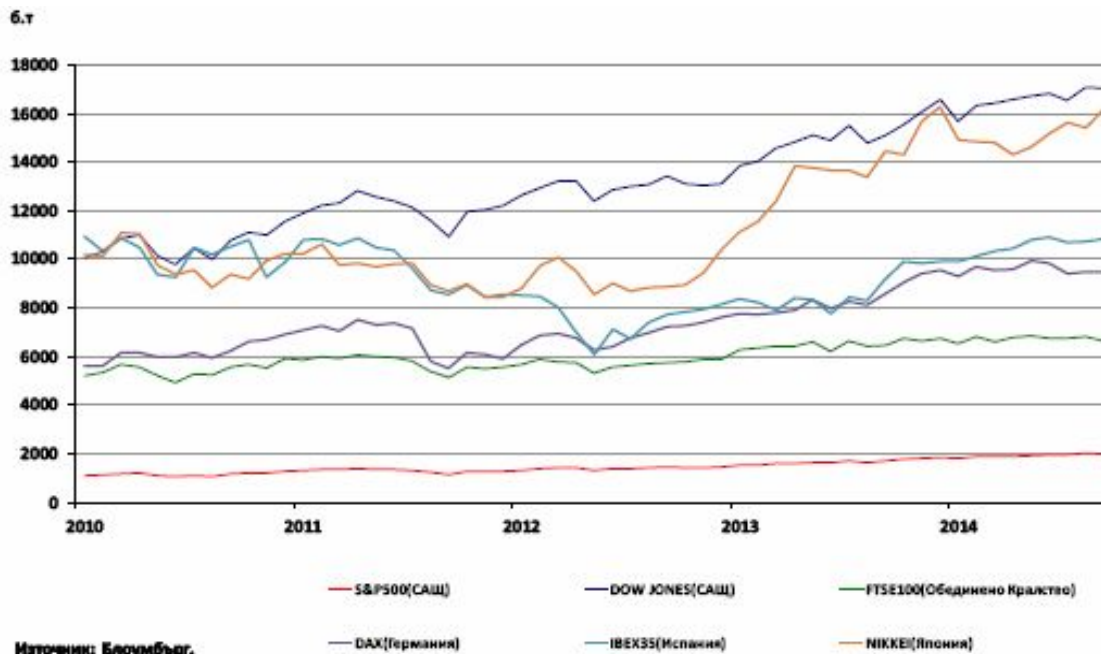
Графика 2: Световна търговия



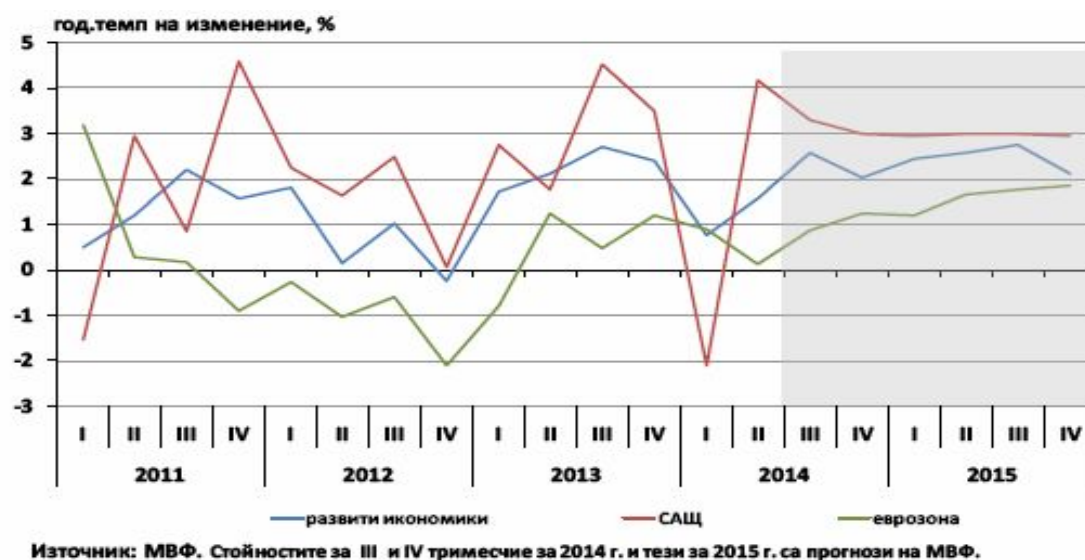
Графика 3: Индекс на индустриалното производство



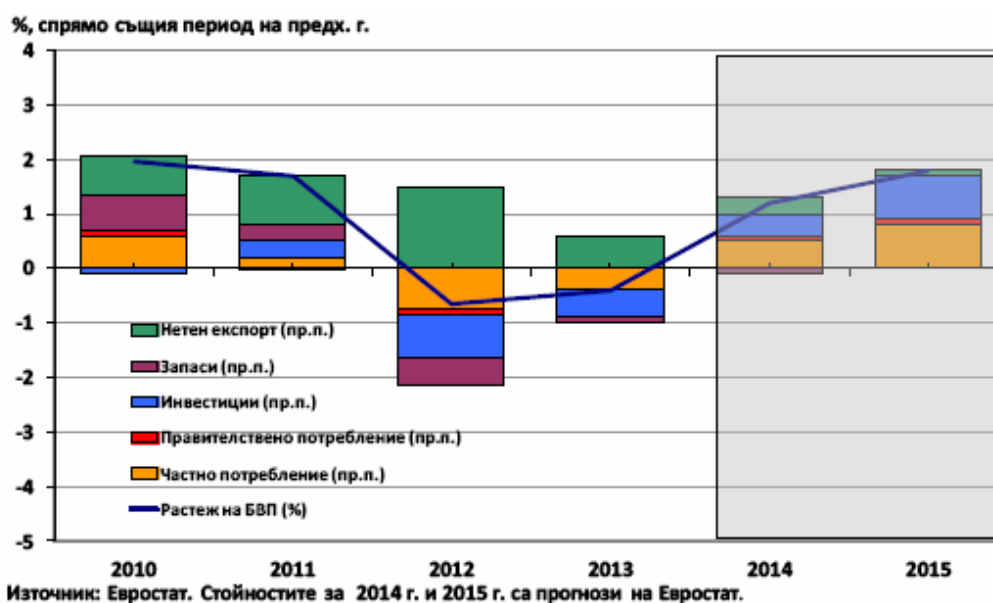
Графика 4: Капиталови пазари в развитите страни



Графика 5: Реален растеж на БВП



Графика 6:Растеж на БВП в Евронзоната



Ръст/спад на индустриалното производство в България, съгласно данни на Националния Статистически Институт спрямо предходния месец

Таблица № 19

месец	% изменение
януари 2014 г.	ръст от 1.4 %
февруари 2014 г.	спад от 0.1 %
март 2014 г.	ръст от 1.2 %
април 2014 г.	ръст от 1.4 %
май 2014 г.	спад от 0.7 %
юни 2014 г.	спад от 1.3 %
юли 2014 г.	ръст от 0.2 %
август 2014 г.	спад от 0.9 %
септември 2014 г.	спад от 2.6 %
октомври 2014 г.	ръст от 0.5 %
ноември 2014 г.	ръст от 0.5 %
декември 2014 г.	спад от 1.1 %

По данни на Националния Статистически Институт, през четвъртото тримесечие на 2014 г. БВП на страната нараства с 1.2 % спрямо същото тримесечие на 2013 г.

През четвъртото тримесечие на 2014 г. коефициентът на безработица е 10.6 %, като в сравнение със същото тримесечие на 2013 г. отбелязва намаление с 2.4 процентни пункта.

Индексът на промишленото производство през декември 2014 г. спрямо предходния месец, изчислен от сезонно изгладените данни, е 101.1 %, т.е. производството нараства с 1.1%. През декември 2014 г. секторът „Строителство” отчита намаление с 0.3 % в сравнение с декември 2013 г.

През 2014 г. износьт на България за трети страни намалява с 6.6 % спрямо предходната година и е в размер на 16.3 млрд. лв., а вносьт намалява с 3.2 % и е на стойност 19.7 млрд. лева.

През 2014 г. общо за трети страни и ЕС са изнесени стоки за 43.2 млрд. лв. и спрямо 2013 г. износът намалява с 0.7 %, а общата стойност на внесените стоки е 51.1 млрд. лв. и се увеличава с 1.2 %



ИНФЛАЦИОНЕН РИСК

През 2014 г. по данни на Националния статистически институт (НСИ) дефлацията в България е 1,4 %. За сравнение – през 2013 г. инфлацията беше 0,9 %. Само през декември 2014 г. индексът на потребителските цени остава без изменение в сравнение с ноември 2014 г., но намалява с 0,9 % спрямо година по-рано.

Измерена на годишна база, дефлация в България има вече 17 месеца, като през 2014 г. инфлация имаше само през месеците април, юли и октомври. Спадът на индекса на потребителските цени се дължи както на по-слабото потребление, така и на влиянието на административно определяните цени, влизаци в състава му.

Според Българска Народна Банка определящо значение за запазване на дефлацията през 2014 г. имаше както продължаващото поевтиняване на транспортните горива, така и поевтиняването на телекомуникационните услуги, стоматологичните услуги и стоките за дълготрайна употреба под влияние на вътрешни за страната фактори. От централната банка предричат, че в началото на 2015 г. инфлацията ще остане отрицателна, но с тенденция към забавяне в темпа на спад на цените.

През 2015 г. Министерството на финансите очаква минимална инфлация у нас – само 0,1%. Ведомството прогнозира, че тя ще се ускори до 1,1% през 2016 г., а през 2017 г. вече ще бъде 1,6%.

Инфлация през 2014 г.

Таблица № 20

Месец	ИПЦ		ХИПЦ	
	Спрямо предходния месец	От началото на годината	Спрямо предходния месец	От началото на годината
1 януари 2014 г.	-0.2 %	-0.2 %	-0.3 %	-0.3 %
1 февруари 2014 г.	-0.4 %	-0.6 %	-0.6 %	-0.9 %
1 март 2014 г.	-0.2 %	-0.8 %	-0.3 %	-1.2 %
1 април 2014 г.	0.3 %	-0.5 %	0.2 %	-0.9 %
1 май 2014 г.	-0.5 %	-1.0 %	-0.5 %	-1.4 %
1 юни 2014 г.	-0.4 %	-1.4 %	-0.3 %	-1.7 %
1 юли 2014 г.	0.4 %	-1.0 %	0.6 %	-1.1 %
1 август 2014 г.	-0.2 %	-1.2 %	-0.1 %	-1.2 %
1 септември 2014 г.	-0.2 %	-1.4 %	-0.7 %	-1.9 %
1 октомври 2014 г.	0.9 %	-0.5 %	0.1 %	-1.8 %



1 ноември 2014 г.	-0.4 %	-0.9 %	-0.5 %	-2.3 %
1 декември 2014 г.	0.0 %	-0.9 %	0.3 %	-2.0 %

* Индекс на потребителските цени (ИПЦ) е официалния индекс на потребителските цени в България.

** Хармонизираният индекс на потребителските цени (ХИПЦ) е сравнима мярка на инфлацията на страните от ЕС.

ЛИХВЕН РИСК

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

ЕЦБ ревизира оценките си за ръста на БВБ за 2014 г. от 1 % на 0.8 %, за 2015 г. - от 1.5 % на 1.2 %, а за 2106 г. – от 1.7 % на 1.5 %. Инфлационните очаквания бяха снижени съответно от 0.7 % на 0.5 %, от 1.2 % на 1 % и от 1.5 % на 1.4 %.

На 19.02.2015 г. бе публикуван финансовия отчет на ЕЦБ, според който:

- Нетна печалба на ЕЦБ за 2014 г. възлиза на 989 млн. евро (спрямо 1440 млн. евро през 2013 г.).
- Нетните приходи от лихви от програмата за пазарите на ценни книжа са на стойност 728 млн. евро (спрямо 962 млн. евро през 2013 г.).
- Приходите от лихви от банкноти са в размер на 126 млн. евро (спрямо 406 млн. евро през 2013 г.).
- Размерът на баланса на ЕЦБ е 185 млрд. евро (спрямо 174 млрд. евро през 2013 г.).

На заседание на Управителният съвет на Банката, проведено на 18.02.2015 г. е взето решение да се прехвърли към 31 декември 2014 г. сумата от 15 млн. евро към провизиите за риск (спрямо 0,4 млн. евро през 2013 г.), като по този начин ги увеличи до горната им към тази дата граница от 7 575 млн. евро. Предназначението на провизиите за риск е да покрият валутния, лихвения, кредитния и свързания с цената на златото риск, които са обект на непрекъснато наблюдение. Размерът на провизиите се преразглежда всяка година. В резултат на това прехвърляне към провизиите за риск нетната печалба на ЕЦБ за 2014 г. е в размер на 989 млн. евро (спрямо 1440 млн. евро през 2013 г.).

Спадът на печалбата на ЕЦБ се дължи главно на:

1. по-ниските приходи от лихви от банкноти поради по-ниския среден лихвен процент по основните операции по рефинансиране;
2. намаление на нетните приходи от лихви от програмата за пазарите на ценни книжа (ППЦК) поради погасявания;
3. по-високите оперативни разходи, предимно поради разноси, свързани със създаването на единния надзорен механизъм (ЕНМ).

През 2014 г. нетните приходи от лихви на ЕЦБ възлизат на 1536 млн. евро (спрямо 2005 млн. евро през 2013 г.). През 2014 г. реализираните печалби от финансови операции са в размер на 57 млн. евро (спрямо 52 млн. евро през 2013 г.).

През 2014 г. обезценките на ЕЦБ са в размер на 8 млн. евро (спрямо 115 млн. евро през 2013 г.). Значителното намаление на обезценките през 2014 г. се дължи основно на общото увеличение на пазарната стойност на ценните книжа, държани в портфейла в щатски долари и в портфейла от собствени средства.

Счетоводният баланс на ЕЦБ се увеличава с 11 млрд. евро до 185 млрд. евро през 2014 г. (спрямо 174 млрд. евро през 2013 г.). Това увеличение се дължи главно на поскъпването на златото и чуждестранните резервни активи, държани от ЕЦБ, както и на увеличението на банкнотите в обращение.

За 2014 г. БНБ отчита понижения в почти всички сегменти и при кредитите, и при депозитите. Минимални колебания на месечна база и запазване на установените в последните години тенденции на понижение на лихвите както при депозитите, така и при кредитите за домакинствата и бизнеса. Това показва лихвената статистика на БНБ към края на 2014 г.

Депозитни понижения

През декември средните лихви по срочните депозити за домакинствата в левове отчитат лек ръст спрямо ноември, като разбивката по отделните сегменти показва, че увеличението се дължи най-вече на малко по-високата цена, при която банките са привличали спестявания за срок от 6 до 12 месеца – реалното увеличение на средната лихва е с минималните 0.05 процентни пункта (пр.п.), като в някои от другите сегменти има и по-високи месечни изменения, но близо половината от депозитите на домакинствата, които статистиката отчита като новопривлечени, са именно за такива периоди.

По-евтино финансиране

При кредитирането също не се наблюдават съществени изменения. През последния месец финансирането за бизнеса в левове е средно с 0.2 пр.п. по-евтино спрямо ноември, а средните лихви по заемите в евро са с 1.9 пр.п. по-ниски в сравнение с предишния месец.

Основните лихвени проценти, определени от Българска Народна Банка за 2014 г.:

Таблица № 21

Месец	Лихвен процент
Януари 2014 г.	0.02 %
Февруари 2014 г.	0.04 %
Март 2014 г.	0.04 %
Април 2014 г.	0.04 %
Май 2014 г.	0.05 %
Юни 2014 г.	0.05 %
Юли 2014 г.	0.03 %
Август 2014 г.	0.04 %
Септември 2014 г.	0.04 %
Октомври 2014 г.	0.03 %
Ноември 2014 г.	0.02 %
Декември 2014 г.	0.02 %

*Източник:БНБ

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.

Политическите рискове за България в международен план са свързани с поетите ангажиментите за осъществяване на сериозни структурни реформи в страната в качеството ѝ на равноправен член на ЕС, повишаване на социалната стабилност и ограничаване на

неефективните разходи. Нестабилност продължава да създава липсата на конкретно приложение на мерките, които ще доведат до справяне на правителството с последиците от финансовата криза, както и до спазване на основните изисквания на Европейския съюз относно прозрачност при разходването на публични средства, борбата с корупцията, независимостта и ефективност на съдебната система. Неспазването на поставените от ЕС изисквания би могло да доведе до задействане на предпазни клаузи и последващо отклоняване и/или намаляване на средствата от Евро фондовете.

Политическите рискове в национален план са свързани с бавното възстановяване на България от рецесията, в която изпадна през 2009 г., когато значителна част от чуждестранните инвеститори загубиха доверието си в страната, а българският бизнес съществено редуцира дейността си. Смяната на няколко правителства през 2014 г., липсата на стратегически стабилна програма за развитие на България през този период, както и на последователност в прилагането на реформите допълнително увеличи нестабилността в страната, което обуслови и липсата на интерес от реализиране на чуждестранни и български инвестиции в икономиката.

Политическият риск ще се увеличи в случай, че настоящото правителство не успее да предприеме адекватни мерки за финансово и икономическо стабилизиране на страната, както и за последователно извършване на сериозни реформи в съдебната система и във всички нереформирани сфери на обществения живот.

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, което е планирано за 2012 г.

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. 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.

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

Важни събития след датата на годишното приключване, които са известни към момента на изготвяне на Доклада и съществена информация, влияеща върху цената на ценните книжа на БИЛБОРД АД

На 13.03.2015 г. Съветът на директорите на Дружеството е приело решение за увеличаване капитала на Дигитал Принт ЕООД, чрез внасяне на непарична вноска в размер на



2 995 000 (два милиона деветстотин деветдесет и пет хиляди) лева, представляваща част от главница по Договор за заем от 01.08.2008 г. между Дружеството (заемодател) и Дигитал Принт ЕООД (заемополучател) и предоставяне на вносителя на апорта на съответния брой дялове с право на глас по номинална стойност, съобразно паричната оценка на апорта.

Няма други съществени събития след края на отчетния период, които да оказват влияние върху годишния индивидуален финансов отчет на Дружеството за годината, завършила на 31 декември 2014 г.

VI. НАСТОЯЩИ ТЕНДЕНЦИИ И ВЕРОЯТНО БЪДЕЩО РАЗВИТИЕ НА ДРУЖЕСТВАТА ОТ ИКОНОМИЧЕСКАТА ГРУПА

През цялата 2014 г. секторът, в който БИЛБОРД АД осъществява дейността си продължи да бъде засегнат от последиците на икономическата криза, включително от продиктуваните от кризата затруднения при договарянето и получаването на банково финансиране. Допълнителни затруднения за дейността на дружеството, както и за всички опериращи в страната стопански субекти, оказа продължителната политическа нестабилност, която доведе до допълнителен отлив на инвестиционен и търговски интерес от България. Съществен проблем за дружеството продължи да бъде трудната събираемост на вземанията от клиенти, както и относително голямата междуфирмена задлъжнялост в страната. И през 2014 г. ръководството на компанията отчете, че реалните поръчки остават в границите на наложения през последните две години и половина твърде консервативен подход.

Към 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД отчита ръст от 3 % в обема на произвежданата продукция в натурално изражение спрямо 2013 г. на консолидирана база.

Съгласно годишния консолидиран финансов отчет на БИЛБОРД АД изготвен по формите на МСС, към 31.12.2014 г. дружеството е реализирало нетни приходи от продажби в размер на 30 054 хил. лв. което представлява повишение на нетните приходи от продажби с 2.77 % в сравнение с нетните приходи от продажби за 2013 г. Консолидираните нетни приходи от продажба на продукцията за 2014 г. са на стойност 25 285 хил. лв. и представляват 84.13 % от консолидираните нетни приходи от продажби, а приходи от продажба на услуги са в размер на 4 769 хил. лв. и представляват 15.87 % от консолидираните нетни приходи от продажби.

Преструктурирането на кредитните и лизингови договори на БИЛБОРД АД със средства от получения през 2013 г. заем от ЕБВР доведе до преустановяване плащането на наказателни лихви, като освободеният паричен ресурс е насочен към развитие на производствената дейност на дружеството и увеличаване на обема на продукти и услуги. Получаването на кредитен ресурс при изгодни условия за развитието на БИЛБОРД АД повиши рентабилността и подобри финансовата положение на дружеството, а оттам и на неговата стойност, което има положително отражение и върху акционерите.

Отчитайки икономическата ситуация в Европейския съюз и в България през 2014 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 2015 г. дружеството ще постигне 5 % ръст в приходите от продажби на консолидирана база спрямо 2014 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 2015 г. Дружеството ще запази консервативна политика по отношение на извършване на инвестиции в нови производствени мощности.

VII. 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.

От октомври месец 2010 г. дъщерното дружество на БИЛБОРД АД – ДЕДРАКС АД стартира реализацията на проект Повишаване квалификацията и адаптивността на заетите лица в печатна база ДЕДРЕКС чрез предоставяне на професионално обучение и обучение по ключови компетентности. Проектът е на стойност 177 597.86 лева и се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси” 2007 – 2013 г., съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз.

VIII. ИНФОРМАЦИЯТА ЗА БРОЯ И НОМИНАЛНАТА СТОЙНОСТ НА АКЦИИТЕ НА ЕМИТЕНТА И ДРУЖЕСТВАТА ОТ ИКОНОМИЧЕСКАТА ГРУПА

БИЛБОРД АД е част от икономическа група по смисъла на §1, т.7 от Допълнителните разпоредби на Наредбата № 2 на КФН и е дружество – майка по смисъла на цитираната разпоредба, което притежава пряко над 50 % от гласовете в общото събрание на осем дъщерни дружества.

Към 31.12.2014 г. дружествата от 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 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД притежава 60 % от гласовете в общото събрание.

○ ДИ ПИ ЕС - БЪЛГАРИЯ ООД

Предмет на дейност: вътрешна и външна търговия, бартерни и насрещни сделки, продажби при условията на акредитив и лизинг, дистрибутиране на големи обеми на вносни стоки, търговско агентство, посредничество на чужди и местни лица, търговия с цифрова, печатна и широкоформатна печатна техника и консумативи.

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

Към 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД притежава пряко 300 дружествени дяла, представляващи 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 31.12.2014 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 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД е едноличен собственик на капитала на дружеството.

○ **НИМИСОФТ ООД**

Предмет на дейност: производство, покупка и продажба на софтуерни и хардуерни продукти, изграждане на информационни системи, представителство и посредничество на други производители на софтуерни и хардуерни продукти, сделки с интелектуална собственост, както и други незабранени от закона дейности.

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

Към 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД притежава пряко 255 дружествени дяла, или 51 % от гласовете в общото събрание.

○ **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.

Към 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД е едноличен собственик на капитала на дружеството.

○ **СОЛАРСЕТ ЕООД**

Предмет на дейност: добиване, продажба и препродажба на електроенергия от възобновяеми енергийни източници; производството на компоненти, изграждането и оперирането на соларни електроцентрали и такива от други възобновяеми енергийни източници; външна и вътрешна търговия; офсетов ролен печат; дигитален печат; реклама; сделки с интелектуална собственост; лизинг; внос и износ, както и всякакви други сделки, незабранени със закон.

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

Към 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД е едноличен собственик на капитала на дружеството.

○ **ТИПО ПРИНТ ООД – асоциирано дружество на БИЛБОРД АД**

Предмет на дейност: изработване на дигитален печат, ситопечат, офсет-печат, производство и търговия със стоки за бита на гражданите, промишлени изделия и хранителни продукти, търговско представителство и посредничество на български и чужди физически и юридически лица, транспортна и спедиторска дейност, ресторантьорство, хотелиерство и туризъм, внос и износ, всяка друга дейност, разрешена от закона.

Дружеството е регистрирано с **капитал** в размер на 142 700 лв.



Към 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД притежава 30.13 % от капитала на ТИПО ПРИНТ ООД, а дъщерното дружество ДИГИТАЛ ПРИНТ ЕООД притежава 50.03 % от капитала.

IX. ИЗПОЛЗВАНИТЕ ОТ БИЛБОРД АД И ДРУЖЕСТВАТА, ВКЛЮЧЕНИ В ИКОНОМИЧЕСКАТА ГРУПА ФИНАНСОВИ ИНСТРУМЕНТИ

БИЛБОРД АД и дружествата от икономическата група използват стандартни банкови финансираня за оборотни и инвестиционни цели, както и лизингови схеми и факторинг при реализиране на инвестиционната си политика.

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

X. ДОПЪЛНИТЕЛНА ИНФОРМАЦИЯ ПО РАЗДЕЛ VI А 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 на дружествата от икономическата група на емитента като цяло и промените, настъпили през отчетната финансова година

Съгласно годишния консолидиран финансов отчет на БИЛБОРД АД по формите на МСС към 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД регистрира на консолидирана база нетни приходи от продажби в размер на 30 054 хил.лв., което представлява увеличение с 2.77 % спрямо нетните приходи от продажби за 2013 г, които са на стойност 29 243 хил.лв.

Нетните приходи от продажба на продукцията на БИЛБОРД АД на консолидирана база към 31.12.2014 г. са на стойност 25 285 хил.лв. и отчитат намаление от 0.75 % , а нетните приходи от продажба на услуги са на стойност 4769 хил.лв. и нарастват с 26.63 %.

Таблица № 22

Вид приход	31.12.2012 г.	31.12.2013 г.	31.12.2014 г.
Продажби на продукция	24 282	25 477	25 285
Продажби на услуги	3 309	3 766	4 769
Общо	27 591	29 243	30 054

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 № 23

Вид приход	31.12.2012 г.	31.12.2013 г.	31.12.2014 г.
Продажби на продукция	24 282	25 477	25 285
Продажби на услуги	3 309	3 766	4 769
Общо	27 591	29 243	30 054

Не съществува концентрация както и зависимост на БИЛБОРД АД и дружествата от икономическата група по отношение на отделен продавач или купувач/потребител, както и не



съществува отделен продавач или купувач/потребител, чийто относителен дял надхвърля 10 на сто от разходите или приходите от продажби на БИЛБОРД АД и на дружествата от икономическата група.

◇ Информация относно приходите, разпределени по вътрешни и външни пазари

Към 31.12.2014 г. дружествата от икономическата група на БИЛБОРД АД отчитат общо приходи от износ на стойност 1 510 727.35 лв., които представляват 5.026 % от консолидираните нетни приходи от продажби.

Приходите от износ на БИЛБОРД АД на консолидирана база са разпределени по държави, както следва:

- Чехия – 572 375.85 лв.
- Румъния – 398 135.67 лв.
- Дания – 162 515.31 лв.
- Германия – 116 293.61 лв.
- Италия – 66 094.94 лв.
- Холандия – 62 587.25 лв.
- Гърция – 51 074.15 лв.
- Унгария – 34 600.01 лв.
- Белгия- 9874.99 лв.
- Македония – 8268.14 лв.
- Франция – 8069.24 лв.
- Испания – 7744.35 лв.
- Полша 2166.28 лв.
- Великобритания – 2087.02 лв.
- САЩ -1078.80 лв.
- Други – 6091.74 лв.

3. Информация за сключени големи сделки и такива от съществено значение за дейността на дружествата от икономическата група на емитента. Информация относно сделките, сключени между дружествата от икономическата група на емитента и свързани лица, през отчетния период, предложения за сключване на такива сделки, както и сделки, които са извън обичайната им 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 и дружествата от икономическата група на емитента

Информация за сключените през 2014 г. по-големи сделки със свързани лица извън групата на БИЛБОРД АД са представени подробно в годишния консолидиран финансов отчет за 2014 г. по формите на МСС.

4. Информация за събития и показатели с необичаен за дружествата от икономическата група на 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

През 2014 г. не са били налице събития или показатели с необичаен характер за БИЛБОРД АД и дружествата от икономическата група, освен негативното влияние на световната финансова и икономическа криза.



5. Информация за сделки, водени извънбалансово - характер и бизнес цел, посочване финансовото въздействие на сделките върху дейността, ако рискът и ползите от тези сделки са съществени за емитента и дружествата от икономическата група ако разкриването на тази информация е съществено за оценката на финансовото състояние на емитента и дружествата от икономическата група

През 2014 г. БИЛБОРД АД и дъщерните му дружества не са сключвали сделки, водени извънбалансово.

6. Информация за дялови участия на емитента и дружествата от икономическата група, 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 икономическа група и източниците/начините на финансиране

Към 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД притежава съучастия в следните дъщерни дружества, част от икономическата му група:

Таблица № 24

Наименование на дружество	Основна дейност	Дял в капитала или от гласовете в ОС
Наименование на дружество	Основна дейност	
“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
“ДиПиЕс - България” ООД	Вътрешна и външна търговия, бартерни и насрещни сделки, продажби при условията на акредитив и лизинг, дистрибутиране на големи обеми на вносни стоки, търговско агентство, посредничество на чужди и местни лица, търговия с цифрова, печатна и широкоформатна печтна техника и консумативи.	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
“НимиСофт” ООД	Производство, покупка и продажба на софтуерни и хардуерни продукти, изграждане на информационни системи, представителство и посредничество на други производители на софтуерни и хардуерни продукти, сделки с интелектуална собственост, както и други незабранени от закона дейности.	51 % от капитала

7. 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



Размер и падеж на заемите на БИЛБОРД АД към 31.12.2014г.

Таблица № 25

Банка / Кредитор	Договорен размер на кредита	Лихвен %	Падеж	Краткосрочна част по амортизирана стойност		Дългосрочна част по амортизирана стойност	
				Главница	Лихви	Главница	Лихви
ЕБВР	10757	3М EURIB + 7%	14.10.2020	2250	95	8416	633
Юробанк EFG Б-я АД	978	3М EURIB + 7.50%	01.9.2014		2	978	

Размер и падежът на заемите на Дедракс АД към 31.12.2014г.

Таблица № 26

Банкови заеми на Дедракс АД към 31.12.2014 г. в хил.лв.				
Банка	Договорен размер в хил.лв.	Краткосрочна част (хил.лв.)	Дългосрочна част (хил.лв.)	Матуритет
Юробак И Еф Джи България	587	537		18.10.2015 г.
SG Експресбанк	782	392		10.11.2015 г.
Общо банкови заеми	1 369	929		

Размер и падеж на заемите на Дигитал Принт ЕООД към 31.12.2014 г.

Таблица № 27

Банкови заеми на Дигитал Принт ЕООД към 31.12.2014 г. в хил.лв.				
Банка	Договорен размер в хил.лв.	Краткосрочна част (хил.лв.)	Дългосрочна част (хил.лв.)	Матуритет
SG Експресбанк	6 571	597	3904	30.12.2021

8. 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

Таблица № 28

Предоставени заеми							
Кредитополучател	Договорен размер на кредита	Лихвен %	Падеж	Краткосрочна част по амортизирана стойност		Дългосрочна част по амортизирана стойност	
				Главница	Лихви	Главница	Лихви
Оксизен ООД	183	ОЛП + 3%	31.12.2010	183	29	-	-
Людмил Терзийски	200	6.50%	15.1.2016	-	52	200	-
Стойко Василев	200	6.50%	14.6.2016	-	52	200	-
Общо				183	133	400	-

Таблица № 29

Начислени приходи от лихви по Предоставени Заеми				
Кредитополучател	Вземане към 31.12.2013 г.	Начислени през 2014 г.	Получени през 2014 г.	Вземане към 31.12.2014 г.
Оксизен ООД	23	6	-	29



Людмил Терзийски	39	13	-	52
Стойко Василев	39	13	-	52
Общо	101	32	-	133

9. Информация за използването на средствата от извършена нова емисия ценни книжа от БИЛБОРД АД и дружествата от икономическата група на емитента през отчетния период

През 2014 г. БИЛБОРД АД не е емитирало нова емисия акции.

10. 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

Управлението на финансовите ресурси е подчинено на изискването за достигането на максимална ефективност с едновременното съблюдаване на сроковете за плащане договори, както с доставчици, така и с клиенти. Компанията обслужва своевременно разработените лизингови схеми при реализиране на инвестиционната си политика.

Преструктурирането на кредитните и лизингови договори на БИЛБОРД АД със средства от получения през 2013 г. заем от ЕБВР доведе до преустановяване плащането на наказателни лихви, като освободеният паричен ресурс е насочен към развитие на производствената дейност на дружеството и увеличаване на обема на продукти и услуги. Получаването на кредитен ресурс при изгодни условия за развитието на БИЛБОРД АД повиши рентабилността и подобри финансовата положение на дружеството, а оттам и на неговата стойност, което има положително отражение и върху акционерите.

11. 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 2014 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 2015 г. дружеството ще постигне 5 % ръст в приходите от продажби на консолидирана база спрямо 2014 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 2015 г. Дружеството ще запази консервативна политика по отношение на извършване на инвестиции в нови производствени мощности.

12. Информация за настъпили промени през отчетния период в основните принципи за управление на емитента и на неговата икономическа група

За БИЛБОРД АД и дружествата от икономическата група не е настъпила промяна в основните принципи на управление.

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

Относно гарантиране ефективността на работата на външните одитори, Дружеството прилага вътрешни мерки, които са съобразени с разпоредбите на Закона за счетоводство, Закона за независимия финансов одит и международните практики за осигуряване на ефективност на работата на одиторите. Предложенията за избор на одитор се мотивират пред Общото събрание на акционерите, съгласно предложение на избрания от общото събрание на акционерите одитен комитет, въз основа на установените изисквания за независимост, професионална компетентност, конфиденциалност, почтеност и обективност.

По отношение на избора на външен одитор на компанията се прилага ротационния принцип.

В дружеството са утвърдени и функционират системи за вътрешен контрол и за управление на риска. 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;

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 от относно основните характеристики и важните актуализации на системите за вътрешен контрол и за управление на риска, включително разпределението на отговорностите 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.

14. Информация за промените в управителните и надзорните органи на дружеството и дружествата от икономическата група през отчетната финансова година

Към 31.12.2014 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

Общото събрание на акционерите на БИЛБОРД АД, проведено на 27.06.2014 г. освободи г-н Румен Радев като член на Съвета на директорите и избра г-н Борислав Борисов за нов независим член на Съвета на директорите. Новият член на Съвета на директорите на БИЛБОРД АД е вписан в Търговския регистър към Агенция по вписванията на 07.07.2014 г. под № 20140707123917.

През отчетната финансова година не е извършвана промяна в представителството на дружеството. Не е назначаван или освобождаван прокурист.

15. 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, 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 2014 г. на членовете на Съвета на директорите на Дружеството са начислените следните възнаграждения:

Таблица 30

Трите имена	Позиция	Бруто лева
Калин Василев Генчев	Председател на СД	28 560
Стефан Василев Генчев	Изпълнителен член на СД	28 560
Румен Събев Радев	Зам. Председател на СД	2 040
Десислав Грозев Томов	Независим член на СД	12 240
Борислав Христов Борисов	Независим член на СД	10 200

През 2014 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 31.12.2014 г. БИЛБОРД АД не дължи суми за изплащане на пенсии или обезщетения при пенсиониране.

16. 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 31.12.2014 г. членовете на СД на БИЛБОРД АД притежават акции от капитала на Дружеството, както следва:

Таблица 31

Трите 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 %
Румен Събев Радев	Зам. Председател на СД	0	0 %
Десислав Грозев Томов	Независим член на СД	0	0 %
Борислав Христов Борисов	Независим член на СД	0	0 %

Дружеството не е предоставяло опции върху ценните си книжа.

17. 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

Ръководството на Дружеството не разполага с информация за известните на дружеството договорености, в резултат на които в бъдещ период могат да настъпят промени в притежавания относителен дял акции от настоящи акционери.

18. 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 БИЛБОРД АД в размер най-малко 10 на сто от собствения му капитал.

19. Данни за директора за връзки с инвеститорите:

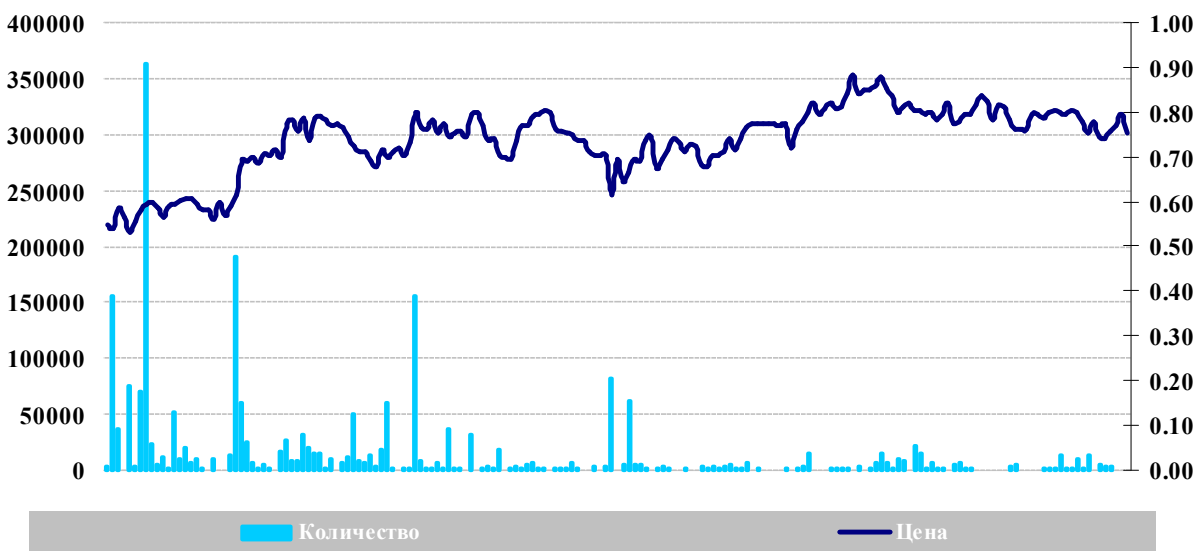
София Аргирова

тел. +359 2 988 24 13;

e-mail : ir@billboardprint.it

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

XI. ПРОМЕНИ В ЦЕНАТА НА АКЦИИТЕ НА БИЛБОРД АД



В икономическата група на БИЛБОРД АД няма дружества, които са публични по смисъла на ЗППЦК, поради което не може да бъде предоставена информация за пазарната цена на техните акции.

XII. ДРУГА ИНФОРМАЦИЯ ПО ПРЕЦЕНКА НА ДРУЖЕСТВОТО

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.

Дата на подписване
и одобрение за издаване:

16.04.2015 г.
гр. София

За БИЛБОРД АД

Стефан Генчев
/Изпълнителен член на СД

