

## ПОД ЗНАКА НА FIBANK



Звездите на белите спортове – Линдзи Вон, Мария Риш, Джулия Манкузо, Лара Гут и Аня Першон

## Fibank генерален спонсор на Световната купа по ски алпийски дисциплини в Банско

В рамките на спонсорството, Първа инвестиционна банка организира и благотворителна гала вечеря за обучението на младите надежди в ски спорта в България

Fibank беше генерален спонсор на четирите старта за Световната купа в Банско, чиято аудитория надвиши 500 милиона зрители. В ролята си на перфектен домакин, банката целодневно посрещаше гостите на събитието в специално създадена шатра – истински дом-мечта. В атмосферата на стилно обзаведен апартамент, гостите освен, че се забавляваха, можеха да зададат и въпросите си за ипотечните кредити на любезните домакини – кре-

дитните специалисти Димо, Гургана и Павлина.

Като генерален спонсор, Първа инвестиционна банка организира и уникална благотворителна гала вечеря, която се състоя на 24-ти февруари на 1620 метра надморска височина във ВИП шатрата на Бъндеришка поляна. Гостите дариха 20 000 лева за обучението на децата - млади надежди на ски спорта на България. Сред тях бяха президентът Росен Плевнелиев, министърът на физическото въз-

питание и спорта Свилен Нейков, както и най-добрите ски състезателки в света в момента Линдзи Вон, Мария Риш, Джулия Манкузо, Лара Гут и Аня Першон. Всяка една от звездите на белите спортове предостави своя ски екипировка, която бе разиграна на благотворителна томбола. Петкратният носител на Световната купа Марк Жирардели, чието име носи една от ски пистите в Банско, дари за каузата своя състезателна каска.

На стр. 3

## DINERS CLUB

## Diners Club официален спонсор на Световната ски купа за мъже – Банско 2012



Diners Club International стана официален спонсор на Световната купа по ски за мъже в Банско на 18 и 19 февруари 2012 г.

Уютно обзаведената шатра на Дайнърс клуб в местността Бъндеришка поляна посрещаше гости с кафе, чай и сладки по време състезанията през двата поредни уикенда с участието на световни звезди като Линдзи Вон и Марсел Хиршер.

Посетителите на шатрата можеха да получат подробна информация за продуктите, които брандът предлага и да участват в промоционална игра, специално разработена в стилистиката на кампанията „Belong“.

На стр. 2



# Fibank поздравява всички българи с Националния празник 3 март

## ■ DINERS CLUB ■

ОТ СТР. 1

Гостите можеха да изберат своето място на картата на света, където да поставят регистрационните си талони и да получат много награди.

По този начин беше пресъздадена визията на кампанията „Ти си един от нас“ – кредитни карти за хората, които обичат да пътуват и винаги пристигат, готови за приключения навсякъде по света.

Кампанията „Belong“, имплементирана в България под надслов „Ти си един от нас“, в международен мащаб започва през 2009 г. С нея Diners Club International искат да покажат, че високо оценяват усилията, които клиентите им са положили, за да постигнат успех, а състоянието на духа, удовлетворението от постиженията и пътят към тях са по-важни от материалното богатство. Картите Diners Club са за тези, които не спират да учат, да се развиват и да се усъвършенстват. Мат Слоан, управляващ директор на Diners Club International, заяви, че спонсорството на FIS Световна купа по ски алпийски дисциплини за мъже - Банско 2012 е важна част от възвръщането на марката и стана факт съвместно с ексклузивния представител и партньор на марката в България в лицето на Дайнърс клуб България и Fibank.

Картите Diners Club са съз-

# Diners Club стана официален спонсор на Световната ски купа за мъже – Банско 2012

*Новите карти Diners Club отговарят на високите стандарти за удобство и сигурност при плащания*



дадени още в далечната 1950 година и са първата международно приемана кредитната карта. През 2008 година Diners Club International става част от силната американска марка Discover, която е петият по големина картов издател в САЩ. Предимството от свързването с Discover, който е лидер в cash наградите и притежава активи от над 60 милиарда долара, е присъединяването към една модерна картова организация, решена да предостави на клиентите си нови и модерни услуги, следвайки световните

тенденции. В тази връзка е и иновацията на Дайнърс клуб България, които втори в света, след Гърция въвеждат EMV чип върху картите си. От февруари 2012 година Дайнърс клуб България започна да издава всички свои кредитни карти с чип и с нов модерен дизайн. С това брандът отговаря на още по-високите съвременни изисквания за удобство и сигурност при плащанията.

Клиентите на Дайнърс клуб България все още могат да се възползват от промоцията, свързана с кампанията, която

стартира на 16 януари тази година и ще продължи до 31 март включително. Единственото условие, на което трябва да отговарят, за участие в жребия за стилни награди е да са извършили поне една трансакция със своята кредитна карта Diners Club.

Напомниме, че в промоцията могат да се включат притежателите на следните кредитни карти, издадени от Дайнърс клуб България: Diners Club Classic, Diners Club - Fibank, Diners Club First Lady и Diners Club Priv, с изключение на корпоративните карти. Освен споменатите картодържатели, в промоцията могат да се включат и всички физически лица, които в посочения период на промоцията подадат искане за основна или допълнителна кредитна карта.

Голямата награда от томболата на Дайнърс клуб България е уикенд за двама в 5-звездния „Кемпински Хотел Гранд Арена“ в зимния ни курорт Банско. Предвидени са и други награди като 20 броя куфара „Samsonite“, както и 100 броя зимни шапки „Conte of Florence“.



Президентът на Европейските олимпийски комитети Патрик Хики пристигна за световното ски събитие и награди председателят на БФСки Цеко Минев с почетен плакет за неговия принос в развитието на ски спорта в България.



Министърът на икономиката, енергетиката и туризма Трайчо Трайков, министърът на физическото възпитание и спорта Свилен Нейков и президентът на FIS Джанфранко Каспар поздравиха участниците, гостите и домакините на събитието и откриха официално стартовете за Световната купа по ски-алпийски дисциплини за мъже в Банско на 17 февруари. Световната купа за жени, която се провежда на 25 и 26 февруари също поднесе приятни емоции на публиката. Въпреки, че първият старт се отложи поради ураганния вятър на пистата Марк Жирардели, ски феновете се насладиха на супергигантския слалом.



■ ПОД ЗНАКА  
НА FIBANK ■

ОТ СТР. 1

Всеки гост можеше да участва в благотворителната томбола с предварително закупен талон. Сумата събрана от талоните възлезе на 16 500 лв. Водещ на вечерта бе холивудската звезда Бен Крос, който си купи 40 билета за инициативата. На гала вечерята бе представена ексклузивната кредитна карта Fibank World Elite MasterCard, която също бе спечелена на томболата. Бяха спечелени още три сребърни монети с частично златно покритие от колекционната серия „Панагюрско съкровище“, както и сребърна монета „Дракон“, предоставени от Първа инвестиционна банка. От Ауди предоставиха ръчен часовник с марката на автомобилния концерн, а ваучери за нощувки в Лондон, Хамбург и Прага бяха осигурени от Кемпински Хотел Гранд Арена – Банско. Червено вино с лика на Марк Жирардели пък бяха предоставили от Домейн Бойар. Нечия стена ще краси и картина на известния български художник Васил Докев. За доброто настроение на гостите се грижиха джаз изпълнителите Васил Петров, Хилда Казасян и група Tri O'Five.

## Fibank генерален спонсор на Световната купа по ски алпийски дисциплини в Банско

*В рамките на спонсорството, Първа инвестиционна банка организира и благотворителна гала вечеря за обучението на младите надежди в ски спорта в България*



Малките скиори от ски клуб „Юлен“ със снимка за спомен с Линзи Вон.

Деца, нашите нови ски надежди се зарадваха най-много на снимките, които си направиха за спомен със своите кумири – звездите на белите спортове.

Специално за благотворителната вечеря скулпторът Георги Чапкънов-Чапа

направи на живо бронзова скулптура на състезателката по ски от официалния плакат на Световната купа Банско 2012. Тя бе купена за 3500 лв. и подарена на президента на БФСки Цеко Минев, като парите бяха добавени към събраната от

талони сума и така общият приход от благотворителната вечеря организирана Първа инвестиционна банка бе 20 000 лв. Това е втората поред благотворителна инициатива, която се проведе в Банско, по време на ски сезон 2011-2012.

## Fibank представя финансовите си резултати за 2011 г. и перспективите за 2012 г. пред международен банков елит

По време на Световната купа в Банско 2012 Fibank организира среща с кореспондентските банки от чужбина. Мероприятието се организира всяка година и има за цел да запознае банките кореспонденти с финансовите ни резултати за 2011 г., перспективите за 2012 г., икономическата обстановка в България, както

и дейността на Fibank Албания и Унибанка Македония. Основната цел на мероприятиято е да се задълбочат и продължат добре изградените взаимоотношения.

По време на официалната част г-жа Мая Георгиева, член на Надзорния съвет на Fibank, запозна представителите на мрежата от кореспондентски

банки с промените в управленската структура. Представен бе и новият мениджмънт на банката. Директорът на дирекция „Външни партньори, европроекти и кореспондентски отношения“ Гургана Праматарова и финансовият директор Янко Караколев представиха последните финансови резултати на банката.

От 16 до 19 февру-

ари част от гостите на срещите бяха Рюгер Конерт, регионален мениджър в Commerzbank AG, Frankfurt, Грeъм Уудкок от Royal Bank of Scotland, Лондон, и Борислав Иванов, който е директор на софийския офис на Deutsche Bank. Презентациите продължиха и през следващата седмица (23-26 февруари), когато присъстваха Филип Хамон

от Societe Generale, Париж, Анета Ангелова от Credit Suisse, Цюрих, и други. От страна на Унибанка Македония присъстваше Делчо Кръстев, който също изнесе презентация, а Божидар Тодоров запозна гостите с актуалните възможности за инвестиции в Албания, както и с последните резултати на Fibank Албания.



**ХРИСТО ХРИСТОВ**

специалист Маркетингови проучвания и анализи

# Днес светът е

Само преди няколко седмици, в две отдалечени една от друга точки в света, течаха трескави приготовления. Магазините и заведенията се сдобиваха с нов интериор, хората бързаха да почистят улиците около домовете си, а по лицата им грейха усмивки. Едното място е столицата на Бразилия Рио де Женејро, в която жителите се готвят за ежегодния пищен карнавал, а 9 964 км. на югозапад, в малкото курортно градче Банско, очакваха стартовете от световната купа по ски.

Столицата на Бразилия става неузнаваема през дните на карнавала. Всяка година там се събират от стотици хиляди до няколко милиона участници и зрители, облечени в умопомрачително-зрелищни костюми. Карнавалът обаче не е само забавление. Местните власти очакват шоуто през тази година да донесе приходи от над 500 милиона долара, а няколко дни веселие за туристите, ще осигурят на част от жителите на града, годишното им препитание. Но докато Рио де Женејро всяка година е сигурен домакин за пищния карнавал превърнал се в световна атракция, Банско се съревновава с редица други планински курорти, които също толкова силно искат да приютят световния ски елит.

Избирането на малкото курортно градче за домакин на световната купа по ски, е благодарение на съчетанието между уникално красива природа и най-съвременните ски съоръжения, гарантиращи сигурността и здравето на туристите и запазването на облика на планината. Именно това накара Марк Жирардели, Бодe Милър, Линдзи Вон и други ски звезди от елита, да пропътуват хиляди километри, за да посочат на всички любители на зимните спортове по света, къде се намира България на географската карта.

Разбира се пътят, който извървяха община Банско и регионът не беше лесен. Публичните дискусии насочени към развитието на туризма, често осъждаха инвестициите още преди да бъдат направени. Всяваха паника в обществото и убеждаваха всички в не ефективността им. В началото на месец февруари институтът за социални изследвания и маркетинг – МБМД, даде глас на хората, кои-

то пряко са засегнати от развитието на туризма в град Банско и региона – жителите на града и населените места около него. Често в публичните дискусии водени в медиите, социалните мрежи и форумите точно

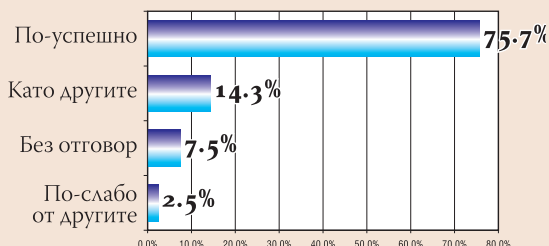
техният глас е умело заглушаван и пренебрегван от лица самоназначили се за техни говорители.

Въпреки че българинът е традиционно пестелив в положителните си оценки свързани със собствения му



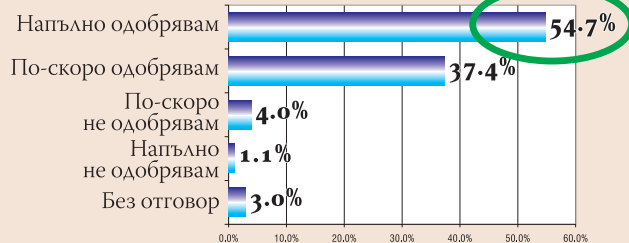
Графика 1. Как се развива региона на Банско и Разлог в сравнение с другите региони на страната?

База N=500



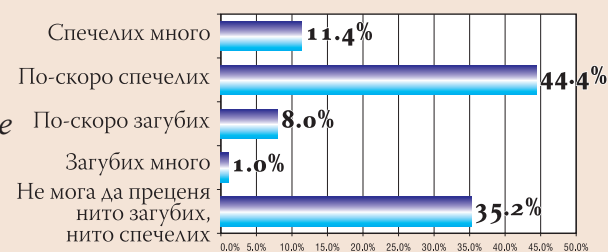
Графика 2. Какво е Вашето отношение към развитието на туризма във Вашата община през последните 10 години?

База N=500



Графика 3. Лично Вие по-скоро спечелихте или по-скоро загубихте от туристическото развитие на общината през последните 10 години?

База N=500



Графика 4. Вашето образование?

База N=500



\*Изследването е реализирано в периода 8-10 февруари 2012 г. сред 500 пълнолетни граждани на общините Банско и Разлог. Метод на регистрация на информацията е телефонно интервю.



# В Банско

начин на живот, жителите на Банско и Разлог не могат да затворят очите си пред напредъка, който са претърпели двата региона през последните 10 години. 75.7% от анкетираните са на мнение, че развитието им е мно-

го по-успешно от останалите места в страната. Двигателят на това развитие е несъмнено трансформацията на малките западащи градчета в областта в съвременен европейски център на зимния туризъм. Това предопределя и положителното отношение на 92.1% от местните жители към развитието на туризма през последните 10 години. Положително

е, защото разрастващият се интерес към зимните ни курорти дава препитание местните жители.

Паралелно със ски спортовете, се създават условия за развитие на различни бизнес начинания насочени към пълното обгрижване и незабравими спомени на всеки турист. Това от своя страна изисква и квалифицирани работници. В региона на Банско и Разлог има два пъти повече висшисти (37.5%), отколкото е средният дял за страната (19.6%). Според националното преброяване от миналата година, в област Благоевград е и най-нисък дялът на възрастното население (16% на възраст над 65 г.). Това показва, че социалните и икономически условия създадени в регионите на Банско и Разлог, благоприятстват завръщането и установяването на младите хора в родните им места. Не е изненадващо и равносметката на близо 56% от респондентите, че за последните 10 години са спечелили от разрасналата се туристическа дейност в региона.

Понякога цифрите казват повече

Икономическата активност в област Благоевград трайно се повишава през последните 10 години. Заетите лица в областта са 150 хиляди през 2011 г. Силно развитият туристически сектор води до разширяване на временната и сезонната заетост и осигуряване на работни места за по-широк кръг от хора. В периода 2001-2011 г. средната работна заплата в област Благоевград се увеличава с 10% годишно като малко по-бързо нарастват доходите от труд в столицата София (средно с около 12% годишно).

Голяма част от инвестициите направени в областта са концентрирани в района на Банско и Разлог, привлечени пряко или косвено от бурното развитие на туристическия отрасъл. Докато други сектори на икономиката все още свиват своите мощности под натискът на икономическата криза, туризмът в България отбелязва и впечатляващо възстановяване през изминалата година. По предварителни данни на Евростат, България е на първо място по ръст на посещенията на чуждестранни туристи в ЕС (19.5%) и на второ място (с 18.3%, след Литва) по общо прекарани нощувки от туристи за 2011г. спрямо 2010 г.

Развитието на град Банско и регионът е показателен пример, за това че няма значение колко малък си на фона на големите и наложили се световни курорти, а колко голямо е желанието ти да бъдеш част от елита.



Банско преди 10г. и днес.



*Звезди като Бобе Милър и Линдзи Вон пропътуваха хиляди километри, за да посочат на всички любители на зимните спортове по света, къде се намира България*

## Вашият Дом – мечта

Ипотечен кредит за чужденци





■ НАШИЯТ ГОСТ ■

**Британецът  
Джеймс Хюз:**

# Влюбих се в Банско

*Карам ски през зимата и колело през лятото*

**- Господин Хюз, защо решихте да се преместите в България?**

- С моето семейство търсехме място, където да разширим строителния ни бизнес. Във Великобритания имахме средно голямо предприятие за производство на строителни аксесоари. Поради високата цена на производство във Великобритания, решихме да се огледаме в чужбина. През 2003 г. България беше на прага на своето ново бъдеще – висока безработица, високо квалифициран персонал, приемливи нива на работните надници и примамлива подкрепа от страна на правителството. Тези причини както и предложеното влизане на България в ЕС през 2007 направи България неустойима дестинация.

**- От колко време живеете тук?**

- От както стартирахме първия си бизнес в България през 2003-та.

**- Какво ви подтикна да изберете Банско за нов дом?**

- Основната причина да се преместим в Банско беше семейният бизнес. Главната ми мотивация беше да се запозная с начина, по който бизнесът работи в България, да разбера рисковете и предимствата. По онова време България се считаше за опасно място да се инвестира. Сега като погледна назад ми се струва странно, че България имаше толкова „опасна“ репутация. Видяхме една статия във Financial Times, в която се обясняваше за нов ски курорт, който се строи на Банско. Тъй като аз съм freeride скиор за мен това се превърна в много привлекателна възможност, която не можех да пропусна. Можех да



● Старото селце сякаш се събуди от зимен сън под звуците на техно музиката и „happy hour“

● Храната, традициите и планините тук взети заедно са една прекрасна комбинация за начин на живот

прекарам няколко години в каране на ски като в същото време събирам информация за България и трупам опит за семейния бизнес.

**- Как се чувствате тук сега?**

- Имайки предвид, че трябваше да остана само за 3 години, а все още съм тук, не е трудно да отгатнете, че се влюбих в това място. Банско и хората тук са страхотни. Храната, традициите и планините тук взети заедно са една

прекрасна комбинация за начин на живот. Карам ски през зимата и колелото си през лятото, също така работя достатъчно, за да правя семейството си щастливо. Перфектният живот!

**- От както сте тук, градът променил ли се е по някакъв начин?**

- Банско имаше период на драматичен ръст през последните 5 години с огромни инвестиции, направени от чужди и местни предприемачи в строителството на имоти и изграждането на ски инфраструктура. Старото селце сякаш се събуди от зимен сън под звуците на техно музиката и „happy hour“. За щастие, повече от традициите в Банско се запазиха. Все още можеш да танцуваш хоро в механата, да ядеш чомлек или старец и да усетиш истинското пиринско гостоприемство.

**- Как се промени животът Ви през тези години?**

- Когато дойдох в Банско бях малко като хипи. Основния фокус в живота ми беше върху приключенията – да карам ски във Франция, пешеходен туризъм в Азия и ходене по музикални фестивали през лятото. Сега съм женен и имам 4 годишен син. Активен член съм на местната туристическа асоциация, лобист и работя за Британското посолство като консулски агент. Също така организирам две събития през лятото, едното е за опера, а другото за планинско колоездене.

**- Как мислите, че се отрази Световната ски купа на града?**

- Това събитие дава на България и Банско едно международно признание и престиж. Да си домакин на събитие от световно ниво е голяма чест за всяка страна или курорт, а за толкова малък и нов курорт като Банско, да е домакин на такива световни събития е индикация за професионализма тук.

**ВИЗИТКА**

**ДЖЕЙМС ХЮЗ** е роден в Салисбъри, Великобритания през 1976г., но от 9 години живее в България. Работил е на почти всички позиции в хотелиерството и днес е горд собственик на хотел в Банско. От скоро работи и като консулски агент в Британското посолство.

■ СЛУЖИТЕЛ  
НА СЕДМИЦАТА ■

- Танцува състезателни танци и свири на пиано
- Въпреки, че е специализирала в туризма е направила банкова кариера
- Най-голямото ѝ предизвикателство е всеки клиент да си тръгне с решен проблем



**Елица Георгиева,**  
кредитен специалист – офис Благоевград

Родена съм и съм живяла в семейство на актьори и музиканти. Може би това е причината за веселия ми характер. Обичам да се усмихвам и да развеселявам хората около мен, разказва Елица. - Танцувам състезателни танци, свирия на пиано, обичам преходите в планината. В разрез със семейната традиция завърших „Туризм“, а после и „Финанси“.

По програма за специализация в сферата на туризма е била близо 2 години в Германия. След това в България започва и банковата ѝ кариера – 12 години, от които 5 във Fibank. Доволна е от избора си, защото ПИБ АД е много коректен работодател.

Радвам се, че имам възможност да работя в тази банка! Носи ми удовлетворение всяка постигната цел, всеки разрешен заплетен случай, всяко направено добро. Имам прекрасно се-

мейство – мъжът ми също е банков служител и имаме момиченце на 10 години, което танцува и свири на пиано и едно невероятно момченце на 2 години. Постиганията в живота ми са за тях. Държа на честността, отговорността и професионализма.

**- В какво се изразява работата ви?**

- Обслужването на клиенти не е лесна работа. Трябва винаги да си в добро настроение, подготвен за всякакви въпроси, наблюдателен и откриващ желанията на клиентите. Най-голямото ми предизвикателство е всеки клиент да си тръгне с решен проблем, доволен и сигурен в продукта, предложен специално за него. Работата ми

е свързана предимно с продажбата на кредитни продукти – от разговора с клиента, обработката на документите и структуриране на сделката до нейната реализация и контрол. Част от задълженията ми включват и осъществяването на контакт с нередовни клиенти по събиране на просрочени вземания. Основна моя задача е и да отговарям за банковия салон, да координирам дейността и да мотивирам служителите в предлагането и обслужването на банковите продукти.

**- Какво могат да намерят клиентите във Fibank Благоевград?**

- В офис „Св.св. Кирил и Методий“, където работя, могат да намерят един истински

сплотен екип. Благодарна съм на банката, че успява да създаде атмосфера, в която ние служителите се чувстваме добре, а това се пренася и на клиентите. Образът на Fibank, който от години е създаден в Благоевград е професионализъм и качество. Всичко това се дължи на дългогодишното старание на всички служители и отличните банковни продукти. В офисите ни клиентите винаги са намирали високо качество на обслужване, разбиране и персонален подход. Носи ни удовлетворение и същата оценка от служителите на други банки в града.

**- Какво правите в свободното си време?**

Цялото си свободно време прекарвам със семейството. Отговорността да създадем и възпитаем добри и успели в бъдещето деца е основна задача на родителите. Ето защо без да тъгувам за личната си свобода, всеки ден помагам за уроците на дъщеря ми и свирим заедно на пианото. В края на деня, когато всички са по леглата, си отдъхвам дълбоко и ако мога да почета някоя хубава книга, съм най-щастливия човек. Всяка година си пожелавам да прекарам със семейството си незабравима почивка на морето. И мечтите ми винаги се сбъдват.

■ НОВИ  
ПРОДУКТИ ■

**ПИБ пушна монети за годината на Дракона**

Дори и да смятаме, че сме късметлици никога не е излишно да се подсигурим, особено в годината на Дракона. Както знаем, той е много благосклонен, но от нас зависи да си извоюваме желаното място под слънцето. Нужно е само да обърнем монетата от правилната страна, тази с лика на Дракона.

Китайците вярват, че той носи богатство и късмет.

Първа инвестицион-

на банка ви предлага късметлийски пода-

рък, който би възхитил дори и най-кръвожад-

ния Дракон. Дали ще бъде монета или златно

кюлче на швейцарската рафинерия ПАМП, няма значение. Важна е символката, защото в годината, преминаваща под покровителството на Дракона, има прекрасна възможност да заработим добри пари.



Година на дракона 2012 с перлен дракон - монета с многоцветно изображение на дракон, държащ перла. Продава се в луксозна кутля, оформена като драконово яйце. Цена: 110 лв.



Година на дракона 2012 със златен дракон – монета с многоцветно изображение на златен дракон. Продава се в луксозна златиста кутля с релефна украса. Цена: 150 лв.



Кюлчетата на швейцарската рафинерия ПАМП за годината на дракона за първи път имат декорация от двете страни: изображението на дракон върху лицевата страна продължава и върху опаковката. Предлагат се в златен и сребърен вариант като цената за 1 тройунция е съответно – 3435 лв. и 110 лв., а за 5 г чисто злато – 580 лв.

**Дирекция Маркетинг, реклама и връзки с обществеността**

**Илона СТАНЕВА** – Директор Маркетинг, реклама и връзки с обществеността  
**Ивайло АЛЕКСАНДРОВ** – PR експерт  
**Яна Ячева** – специалист Маркетинг

**Иван РАЛЧЕВ** – специалист Маркетинг и нови медии  
**Христо ХРИСТОВ** – специалист Маркетингови проучвания и анализи

Дизайн, редакция и предпечат  
**РЕПУБЛИКА**  
Десислава Николова  
Атанас Куртиян



## ■ НИЕ ОТ FIBANK ■

Клон Благоевград започва работа през месец април 2001 г. в сграда на петия етаж, в помещение от няколко квадрата, но скоро след това, още през същата година, е изграден модерен за времето си банков салон в идеалния център на Благоевград. Благодарение на усилията на банковите специалисти клонът придобива известност, а професионалното отношение и отличните условия, предлагани от Fibank, печелят все повече клиенти. От 2002 до 2004 г. са открити нови офиси в региона – Банско, Гоце Делчев, Петрич и Кюстендил. Така до 2008 г. клон Благоевград има в структурата си най-много банкови салони в страната. През 2008 година е открит и нов многофункционален обект на бул. „Св. Св. Кирил и Методий“ в Благоевград, който става новият централен офис.

Днес клон Благоевград

## Клон Благоевград успя да привлече 148 млн. лв.

*Клиентите на офис Банско са едни от най-големите хотели в града и района*



*Йордан Миленков, директор на клон Благоевград*

е отговорен за 10 обекта в градовете Благоевград, Банско, Гоце Делчев, Петрич, Симитли, Сандански и Разлог, в които работят 93 служители. Те се грижат за удобството на 43 хиляди клиента, а привлеченият ресурс към началото на 2012 г. е в размер на 148 млн. лева. С подкрепата на клона са финансирани много проекти за закупуване на машини в строителството и шивашката промишленост. Служителите се гордеят, че именно Fibank финансира и проекти по програми за развитие на селските райони.

Със средства, отпуснати от Fibank, в Гоце Делчев и Петрич са изградени по-

точна линия за хлебопроизводство и ВЕЦ. В Петрич банката има големи корпоративни клиенти, единият от които най-големият производител на обувки в Югозападна България. В Симитли Fibank е водещата банка с 3680 клиента, а откриването на новия бизнес център ще доведе до привличането на нови.

С финансовата помощ на Fibank е подобрена и инфраструктурата на най-добрия ни зимен курорт. Клиенти на офис Банско са едни от най-големите хотели в града и района. Там към момента работят 17 служители, които обслужват 6700 клиента – физически и юридически лица, – а населението на града е 9213 жители. Този факт сам по себе си говори, че Fibank е най-популярната и предпочитана банка в зимния курорт. Служителите твърдят, че банката е известна в град Банско като „Банката на нашия град“, което е допълнителна мотивация за тях да дават всичко от себе си в работата и да затвърдят доброто й име.

## ■ ЧЕСТИТО ■

## Fibank раздаде 100 билета за Световната купа по ски алпийски дисциплини за жени

*Наградените клиенти на банката получиха билети с централни места по трибуните, което направи наградите още по-ценни*

Семейство Белински от София са едни от печелившите участници в нашата Facebook томбола, с която искахме да подарим 10 комплекта билети за двама за спусканията при жените от Световната купа по ски в Банско тази година. Аделина споделя:

„Никога не съм печелила нищо от подобни игри, така че беше много емоционален момент! Нямаме търпение да заминем за Банско.“

Най-активните клиенти на клон Благоевград на Fibank също получиха награди. За тях подготвихме 40 комплекта билети за двама. Те можах да се наслаждават на Световното от места в центъра на трибуната.

На въпроса дали се е зарадвал на наградата г-н Кимчев от Благоевград отговори:

„Това е най-приятната изненада, която получавам за 2012!“



*Аделина и Александър Белински току що са получили 2 билета за Световната ски купа – Банско 2012*

*Станислав Кимчев получи билетите си от офис „Св. св. Кирил и Методий“ в Благоевград*