

ИКОНОМИКА

**ЛИДЕРИ В
ИНДУСТРИЯТА**

**ЕВРОТО НА
ПО-ВИСОКА
СКОРОСТ**

**КОЙ Е
СЛЕДВАЩИЯТ
БЪЛГАРСКИ
ЕДНОРОГ**

**НИКОЛА ГАЗДОВ:
БЪЛГАРИЯ
Е СОЛАРЕН
ШАМПИОН**

**NIKOLA GAZDOV:
BULGARIA IS A SOLAR CHAMPION**



Sustainably
Shaping livestock solutions

Huvepharma® is committed to carbon-neutral production by 2030



Visit our website for more details and to track progress towards our ambitious sustainability goal.

www.huvepharma.com

35 *Mr. & Mrs.*
ИКОНОМИКА



Оскарите на българския бизнес

6



06.....Лидери в
иНдустрията

14.....Никола Газдов:
България е
соларен шампион
Nikola Gazdov:
Bulgaria is a
solar champion

22.....Европо на
по-висока скорост

24.....Д-р Боян Николаев:
Свободната търговия
е най-ефективна

44



28.....Устойчивостта на
минната индустрия

30.....Да хванеш слънцето

32.....АмонРа Енерджи
се разраства
на Балканите

34.....Здрава ли е мрежата
на глобалните вериги
за доставки

36.....„Инса Спирит“ -
новият
високотехнологичен
завод за биоетанол

52



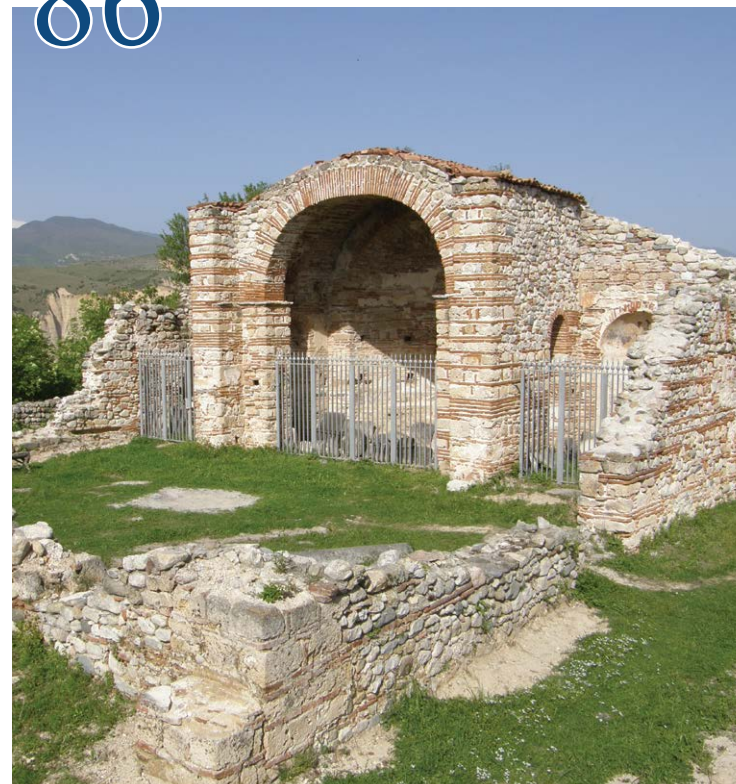
38.....Кой е следващият
български еднорог

42.....Йордан Славов:
Кока-Кола
ще е тук и
след 60 години

44.....Мост между
университета и бизнеса

46.....Окото на урагана

86



48.....Икономика на
гълголемието

52.....На пазар в
социалната мрежа

56.....AI браузърите -
бъдещето на
уеб сърфирането

58.....Готов ли си да
управляваш
печеливш бизнес

62.....България е в
ТОП 3 на
черния хайвер

66.....Тандем
ОДАЯ Архитекти

68.....Геотрејдинг
гаде начало на
„Лига на
шампионите“

70.....Да промениш
играта

72.....Armani - изискан
лукс и простота

74.....Хубен Черкелов:
Притежавате ли
оригинални
произведения
във вашия дом?
Houben Tcherkelov:
Do you own any original
artworks in your home?

78.....Упражнения
по вечност

82.....Нови книги
от Сусела

84.....Магнетичният
Мелник

86.....Исландски emlogu



Невена Мирчева,
главен редактор

ШАМПИОНИ В iNДУСТРИЯТА

Българската индустрия е соларният шампион на Европа. Това казва в интервюто от корицата ни Никола Газдов, председател на АПСТЕ (Асоциация за производство, съхранение и търговия с електроенергия). За последните години са изградени стотици слънчеви централи за собствена консумация по покривите на заводи и в близост до индустриални производства. И това е поредният показател, с който безспорно страната ни може да се похвали като лидер.

Дали така стоят нещата и в останалите аспекти, свързани с развитието на българската индустрия? Със сигурност ситуацията не е изцяло „розова“ и предизвикателства не липсват.

Българската индустрия влиза във втората половина на десетилетието с ръст на високотехнологичните дейности, но и редица спирачки - бавна модернизация, недостиг на кадри и енергиен преход, който още няма ясен облик.

Но ние вярваме, че българската индустрия може много повече и има много по-голям потенциал.

Какви са стъпките той да се разгърне - отговорите идват на конференцията iN Sofia, която ще събере на 31 октомври 2025 г. в София мениджъри на най-големите компании в индустрията, енергията, технологиите, представители на българските и европейски институции, за да направи „мапинг“ на проблемите - регулаторни бариери и икономическите фактори, които влияят на индустриалния растеж. Иновациите като път към лидерството, използване на AI и гарантиране на киберсигурността ще са част от темите на дискусиите. Форумът обещава да се превърне в арена за споделяне на добри практики, вдъхновяващи истории и качествен нетуъркинг.

Ще ви очакваме там!

Приятно четене!

Списание „Икономика“. София 1111, жк. „Яворов“, бл. 73, ет. 6, ап. 11 Телефони: (02) 852 9696; (02) 852 9699

Издател „Медия Икономика България“ ЕООД; Управител: Невена Мирчева

Главен редактор: Невена Мирчева; Счетоводство: София Стрелкова - Гечева

Редактор: Татяна Явашева; Автори: Мария Иванова, Мая Цанева

Партньорско и редакционно съдържание се отбелязва с ○

Дизайн: Бранд Медия България ЕООД; Фото: Красимир Свраков; Фото корица: Борислав Данчов

Печат: Дедракс АД; Разпространение: „Медия Икономика България“ ЕООД



Лидери в iNдустрията

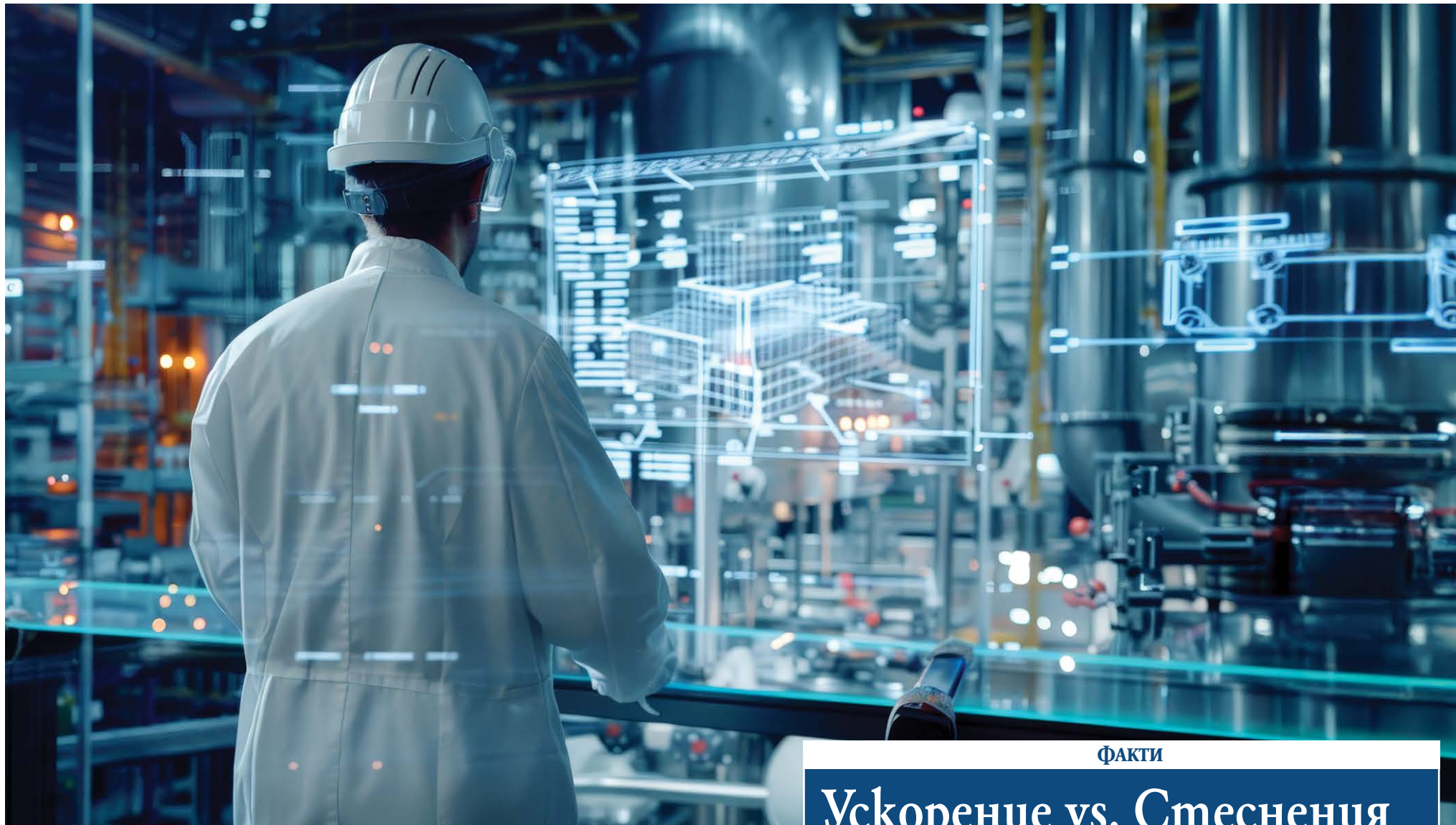
ТЕХНОЛОГИЧНОТО УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ Е АКЦЕНТ ЗА БИЗНЕСА, НО ПРЕДСТОИ ОЩЕ МНОГО РАБОТА ПО ИЗГРАЖДАНЕТО НА СРЕДА ЗА ИНОВАЦИИ. КОНФЕРЕНЦИЯТА iN Sofia на 31 ОКТОМВРИ В СОФИЯ ТЪРСИ РЕШЕНИЯ

Яна Колева

Българската индустрия може много повече. Знаем, че имаме много по-голям потенциал. Сега в нашата икономика превес имат услугите, следвани от индустрията и селското стопанство. Важен момент е, че кръговата икономика също набира сила, като се набляга на удължаване на жизнения цикъл на продуктите и стремеж към намаляване на отпадъците.

Общата картина

Индустриалният пейзаж през 2025 г. показва, че българската индустрия влиза във втората половина на десетилетието с ръст на високотехнологичните дейности, но и със спирачки – бавна модернизация, недостиг на кадри и енергиен преход, който още няма ясен облик. Има интерес от страна на бизнеса за трансформация на индустрията към все по-широко застъпване на производства с висока добавена стойност. През последните години витае усещане за обща икономическа безтегловност и липса на посока. В поредицата от глобални кризи нашата икономика показва способност да устоява и във време на несигурност, и при новите заплахи. В политическата нестабилност и честата смяна на правителствата у нас се пренебрегна изработването на визия и стратегия за развитие на индустрията, което



от своя страна не дава тласък за нейния по-висок растеж.

На фокус

Тук си задаваме редица въпроси: Как българската индустрия влиза в свят на бързи промени и нестабилност? Кои са двигателите за този втори по важност в икономиката ни сегмент да бъде сред най-модерните, енергийно ефективни и ресурсно независими? Промисленото производство напредва ли с иновациите, киберсигурността, внедряването на нови технологии и изкуствен интелект? Какви са барьерите и надскачаме ли ги високо? Как изглежда индустрията на бъдещето? Каква ще е новата голяма революция в индустрията?

Отговори на тези въпроси търси конференцията iN Sofia, която ще събере на 31 октомври 2025 г. в София мениджъри на най-големите компании в индустрията, енергията, технологиите, представители на българските и европейските институции, за

да направи „мапинг“ на проблемите – детайлен анализ на конкретните регулаторни барieri и икономическите фактори, които влияят на индустриалния растеж. Иновациите като път към лидерството, използване на AI и гарантиране на киберсигурността ще са част от темите на дискусиите. Ще бъдат представени и финансовите инструменти за постигане на целите за силна индустрия. Форумът ще бъде арена за споделяне на добри практики, вдъхновяващи истории и качествен нетуъркинг.

А ето и един предварителен преглед, за да имаме поглед по-отблизо върху индустрията:

Двигател

Анализите сочат, че през 2025 г. индустрията е на кръстопът – между инерцията на ниската добавена стойност и амбициите за високотехнологично бъдеще. Секторите, свързани с автомобилни компоненти, електроника и ИКТ, са в подем,

ФАКТИ

Ускорение vs. Стеснения

- **Двускоростна индустрия:** София, Пловдив, Шумен и Казанлък вече правят хидравлика, сензори и софтуер; Северозападът и Родопите остават с ниска производителност.
- **Критичен дефицит на умения:** ако темпът на преквалификация не се увеличи, човешкият капитал ще стане „тясното гърло на бутилката“.
- **Енергетиката като рисков фактор:** липсата на ясна визия и стратегия за сектора гържи инвеститорите на изчакване.
- **Фискална и регулаторна предвидимост:** високият публичен дълг може да увеличи цената на капитала и да натисне частните инвестиции.
- **Шанс – кластери & автоматизация:** локални вериги за стойност (авточасти – софтуер – електроника) вече дават висока добавена стойност.

завдигжвани от автоматизация, чуждестранни инвестиции и европейско финансиране. Същевременно липсата на кадри, недостатъчните средства за изследвания и развитие, както и забавената цифровизация в малките предприятия възпрепятстват напредъка. Преходът към Индустрия 4.0 върви – но още без ясно изразено темпо. При нея доминираща роля

имат дигитализацията на всички сектори, автоматизацията, големите масиви от данни и въвеждането на изкуствен интелект.

Технологично усъвършенстване

Макар да изглежда, че четвъртата индустриална революция все още е далеч от това да достигне потенциала

си в България, все по-активно се говори и за Индустрия 5.0. Нищо че за госта хора Индустрия 4.0 е някакво съвсем мъгълно понятие. Заг стремежа към тази значима трансформация стои промяната в разбирането за ролята на човека в работните процеси и потреблението. Акцентът върху технологичното усъвършенстване е воден от желанието на бизнеса да постига по-висока ефективност и по-добри печалби. Принос несъмнено има и дефицитът на кадри, още отчетлив в страната.

В крак ли сме

Скептиците са склонни да приемат, че България изостава от световните тенденции за все „по-умна“ индустрия, но реалността показва, че, например в земеделието, автомобилно движение се трактори не са новост и в България. Снабдени с механизми за прецизна локация и самоуправление, тези машини работят на полето и спестяват на земеделците време, но и човешки труд. Индустрия 5.0 е естествено продължение на вече осъществените промени в посока дигитализация и автоматизация. Роботизирани механизми снемат от хората рутинните дейности и ролята на човека се променя. В концепцията за Индустрия 5.0 работещият може да взема решения, да бъде креативен.

Посокама

Ако Индустрия 4.0 е фокусирана върху технологии, иновации, данни, машини, алгоритми, новости в методологиите, то Индустрия 5.0 акцентира върху човешкото, социалното и екологичното измерение на промишлеността. Показателен за тази тенденция е интересът в глобален мащаб и в България към т. нар. коботи – роботи, които функционират съвместно с хора. Силата на Индустрия 5.0 е персонализацията – отношението, индивидуалният подход, съобразяването с изискванията на всеки различен клиент. Докато Индустрия 4.0 набляга на автоматизацията на всяко производство и плащи работниците с мисълта, че те ще станат ненужни, Индустрия 5.0 поставя работещия в ролята на индивид с висока стойност в дейността на организацията. Това обаче изисква и много нови умения, което ще бъде

и най-голямото предизвикателство - тази относително по-ниско квалифицирана работна ръка да бъде обучена.

Поглед отвътре

Но... „Много предприятия са готови да автоматизират и роботизират своите процеси поради недостиг на служители. И първото, което правят, е да купят машина или робот. Това е голяма грешка, защото без дигитализацията в офиса и без изградени бизнес процеси няма значение какви „железа“ ще си купиш, тъй като няма да може да ги управляваш. Машините сами по себе си са нищо. Софтуерът не е само да купиш лиценз за него, а това са години наред обучения на хората, както и установени вътрешни процеси, които също струват много средства - а то не се финансира от програмите“, посочва Павел Димов, член на PARAI и на УС на Браншовата камара на дървообработващата и мебелна промишленост.

AI трансформация

България вече не е „евтина работилница на Европа“, но още не е и „интелигентната индустриална икономика“. Преходът върви - но с различна скорост в различните сектори. Българските компании правят все по-сложни и по-цялостни продукти

и продават на все повече пазари. Ако преди компанията внедряваха автоматизация най-вече заради развитие на бизнеса, сега една от причините е липсата на квалифицирани кадри. Ах, тези кадри... Конкурентоспособността и желанието да останат на пазара го налага. Технологиите са в настъпление. Изкуственият интелект вече „изяжда“ определени позиции и ги трансформира. Той се очертава като основен двигател за растеж в различни сектори и се интегрира във все повече бизнес процеси, подобрявайки ефективността и персонализацията на услугите. Използва се за анализ на големи данни с цел идентифициране на пазарни тенденции и оптимизиране на маркетинговите стратегии. Служи за автоматизация на рутинни задачи, като освобождава служителите да предлагат по-креативни решения. Ползва се при разработка на нови продукти: и създаване на иновации в различни индустрии.

Какво трябва

- Ускорена подкрепа за научноизследователска дейност;
- Стратегическа индустриална политика с фокус върху автоматизацията и изкуствения интелект;
- Образование, свързано със съвременните нужди на индустрията.

Не е достатъчно да вкарваме технологии - трябва да изградим среда за иновации. А това става с хора, инвестиции и държавна воля... Тази мантра се повтаря от не един наблюдател на икономическото ни развитие. „По-умна индустрия, ИКТ и дейта центрове, както и адекватна енергетика имат капацитета да изведат България на средно европейско ниво“, уверява Агриан Николов от ИПИ.

Технологични сектори

Добра почва за развитие продължават да имат технологичните компании. България има традиции и добре изградена научноизследователска

инфраструктура, а подготвянето на кадри в областта на изкуствения интелект и високите технологии гарантира устойчивото развитие на сектора. Нашата страна има огромен потенциал за развитие в областта на изкуствения интелект и високите технологии. Доказателство за това е спечеленият проект за изграждането на една от шестте нови фабрики за изкуствен интелект в ЕС, наречена „BRAIN++“. Проектът е плод на съвместната работа между „София Тех Парк“ и Института за компютърни технологии и изкуствен интелект (INSAIT). Предвидено е надграждане на суперкомпютъра „Discoverer+“ със

системи за изкуствен интелект.

IT, софтуер и дигитални услуги

През 2025 г. устремът на IT сектора изглежда по-слаб. Търсенето на нови служители е свито след десетилетие на „Трябват още и още хора“. Фирмите се насочват към нови модели на работа и нова философия, за да „впрегнат“ изкуствения интелект, щом за базовата IT работа се намират далеч по-евтини кадри на Изток. - *Софтуерният сектор бележи стабилен ръст - в 2023 г. приходите достигат 8.7 млрд. лв. (+16.5%), а през 2024 г. надхвърлят 9.8 млрд. лв.*

(+12.4%). Над 85% от приходите са от износ, а секторът формира около 4.9 % от БВП.

- *Развиват се сегменти като гейминг, AI, блокчейн и финтех, където се появяват лидерски компании.*

- *Правят се важни инвестиции в инфраструктура и нови технологии, дава се пространство за R&D, дигитални умения и киберсигурност, която в България намери талант и почва за развитие.*

Производствени индустрии

В България има разнообразни производства. Най-важните от тях

Инвестиции, които променят икономиката

Обявени през 2024 г., повечето от тях имат нужда от още време за реализация

- „Аурубис“ превръща Пиргон в европейски център за производство на мед с инвестиционна програма на стойност 800 млн. лв.
- „Хюефарма“ открива завод за производство на ваксини. Инвестицията е в размер от 140 млн. лв.
- „Алкомет“ разширява производствената си база в Шумен с инвестиционен проект на стойност 140 млн. лв.
- Агрокомпанията „Кристера“, част от „Агрия Груп Холдинг“, строи нов завод за преработка на олио в Попово. Общата стойност на проекта е 75 млн. евро.
- Schneider Electric разширява „умното“ си производство в Пловдив с инвестиция от 107 млн. лв.
- Японската компания Tri-Wall инвестира 60 млн. лв. в завод за опаковки край Пловдив.
- Турският гигант Şişecam инвестира 30 млн. долара в завода за стъкло в Търговище.
- „М+С хидравлик“ строи нов завод в Казанлък по проект на стойност 45 млн. лв.
- „Арсенал“ открива завод за 40 млн. лв. в Стара Загора.
- Турският производител на медни кабели Sarkuysan разширява производствения си капацитет в България с инвестиция за над 12 млн. евро.



включват машиностроене, електротехника, електроника, хранително-вкусова промишленост, металообработване и производство на метални изделия, но и на мебели, както и производство на системи за сигурност и комуникационна техника.

Машиностроене и металообработка

- Произвеждат се машини, хидравлични системи, прецизна механика и метални изделия.

- Индексът за производство на метални изделия расте с 16.6%, а автопроизводството – със 17.8%.

Електронна техника, оптика, комуникации

- Секторът записва спад (-15.2% в компютърна и комуникационна техника), но също се наблюдава вълна от производство с по-висока добавена стойност.

Автомобилна индустрия

- На база на производствени индикатори: ръст в производството на превозни средства (без автомобили), като ремаркета и полуремаркета (+17.8%).

- България привлича инвестиции в производствени мощности за авточасти и крайни продукти.

Предизвикателства и спад

Промисленото производство регистрира сериозни спадове: -3.5% през януари 2025-а, снижени в добивна и преработваща промишленост. В някои подсектори има отрицателни индекси до -10.4% (април 2025 г.). Основни проблеми: недостиг на квалифицирана работна ръка, несигурна икономическа среда и ограничено вътрешно търсене.

Тенденции и перспективи

Автоматизация и висока добавена стойност - процесните производства (химия, инженеринг) и металургията интегрират IoT, роботизация и R&D с цел ефективност и износен капацитет. Зелената трансформация продължава чрез инвестиции във ВЕИ, енергийната инфраструктура и климатично устойчиви проекти. Създават се технологични кластери в областта на определени професионални дейности, транспорт, производство и фармация. Секторът на отбранителната индустрия също се

развива, като се появяват и високотехнологични производства. Продължава дигитализацията на бизнеса и публичния сектор. Нашата страна се е утвърдила като лидер в ЕС в областта на цифровата инфраструктура и свързаност. Ние сме сред 10-те държави с най-бърз мобилен интернет в света, като покритието на свързано-високоскоростните мрежи достига впечатляващите 88.6%, което е над средното ниво за ЕС.

Какво се заглава

- Дигитална трансформация и автоматизация.
- Разширение на индустриалните кластери с фокус върху технологии и износ.
- Привличане на R&D и стратегически инвестиции, особено в AI, биотех и квантови технологии.

Изследователите в България и ЕС са единодушни, че важно предизвикателство е разширяването и финансирането на R&D, докато дигитализацията, AI и автоматизацията водят индустриалния преход. Секторите с висока добавена стойност – ИКТ, роботика, автомобилни компоненти – са икономически двигател, подкрепен от европейски политики и частни инвестиции. ⑩



iN Sofia

ECONOMIC·BG

IN Sofia /Ресурси за силна Европа
Тематична рубрика

iN Sofia

 **/Международна конференция**

 **31 октомври 2025 г.**



НИКОЛА ГАЗДОВ:
**БЪЛГАРИЯ
Е СОЛАРЕН
ШАМПИОН**

НО И ЕДИНСТВЕНАТА ДЪРЖАВА
В ЕС, КОЯТО НАД 10 Г. НЕ Е
ПОСТРОИЛА НИТО ЕДИН НОВ
ВЕТРОЕНЕРГИЕН ПАРК

——//——

NIKOLA GAZDOV:
**BULGARIA
IS A SOLAR
CHAMPION**

BUT ALSO THE ONLY
COUNTRY IN THE EU
THAT HAS NOT BUILT A
SINGLE NEW WIND FARM
FOR OVER 10 YEARS

Никола Газдов е предприемач с 18-годишен опит в областта на възобновяемата енергия. Той е председател на АПСТЕ (Асоциация за производство, съхранение и търговия с електроенергия) и член на Управителния съвет на RPIA - Румънската асоциация на фотоволтаичната индустрия. Член е на Управителния съвет на SolarPower Europe и заместник-председател на Комитета на националните асоциации към базираната в Брюксел браншова организация. Управител е на Renergy, техническа консултантска компания, както и директор в Element Power, платформа за развитие на проекти за производство и съхранение на възобновяема енергия в България и Румъния.

▲ **Александра Сотирова-Делчева**

- Г-н Газдов, изпращаме поредно рекордно лято за соларната енергия в България. Пазарът в последните години се разви до бум, но как бихте го описали в момента, наблюдава ли се затишие?

- България привлече над 6 милиарда лева частни инвестиции в енергетиката си, основно за изграждане на нови соларни централи. Те вече покриват голяма част от дневното потребление и намаляват борсовите цени, защото произвеждат ток с ниска себестойност. По данни на

ЕСО (б.р. Електроенергийния системен оператор), към момента фотоволтаичните са над 5000 MW. След рекордните 2023 и 2024 г., мнозина очакваха пазарът да се забави. Всъщност, поне 2000 MW нови проекти са в напреднала фаза на развитие или са стартирали строителство и ще бъдат реализирани в следващите 12-18 месеца.

- Само в България 9000 MW фотоволтаични проекти чакат за присъединяване към мрежата. Развива ли се тя с достатъчен темп, за да отговори на търсенето? Колко време се чака за свързва-

нето на един соларен парк?

- ЕСО вече работи по стратегически програми за модернизация и разширение на електропреносната мрежа. Целта на тези инвестиции е да бъдат подобрени междусистемната свързаност и управлението на мрежата, както и да се увеличи капацитетът за свързване на нови ВЕИ.

Към момента присъединяването на един соларен парк отнема между 2 и 4 години, в зависимост от състоянието на мрежата в съответния район и нуждата от изграждане на довеждащи електропроводи. При вятърните електроцентрали този срок е много по-дълъг, защото там екологичните процедури допълнително забавят процеса.

- Докато водим този разговор, цената на тока на борсата отново доближава нула лева. Такива стойности водят ли до отлив на инвеститори в чиста енергия и как соларната енергия може да запази мястото си под българското слънце?

- Фотоволтаични мощности се изграждат, защото са най-евтината опция за производство на ток и това ги прави много конкурентни. Именно затова няма отлив на

инвеститори, даже напротив - водещи енергийни компании от Централна и Югоизточна Европа тепърва навлизат на българския пазар. Разбира се, ниските и отрицателни цени на борсата са предизвикателство за всички производители на електроенергия. Ясно е, че инвестициите във ВЕИ няма как да продължат по досегашния модел - „строим,

пък каквото стане“. Професионалният подход изисква да се намерят комплексни решения. Например, занапред надали ще се реализират много соларни паркове без батерии. Дългосрочните договори за изкупуване на електроенергия също ще стават все повече, защото са базирани на взаимноизгодни партньорства между ВЕИ производители и големи индус-

триални консуматори.

- Тоест батериите и дългосрочните договори са „лекарството“ срещу нулеви цени?

- „Лекарството“ е комплексно. То включва повече гъвкавост, системи за съхранение, стимули за индустрията да сключва дългосрочни договори, гъвкаво потребление, нови междусистемни връзки със съседите - всичко това е част от решението. Но има и друго - за да постигнем ниски цени и когато слънцето не грее, трябва да ускорим изграждането на нови вятърни мощности. България е



КОМБИНАЦИЯТА ОТ
ДОСТЪПНИ БАТЕРИИ И
ЕВТИН СОЛАРЕН ТОК Е
ПЕРФЕКТНА
ПРЕДПОСТАВКА
ЗА ИНВЕСТИЦИИ В
СЪХРАНЕНИЕ

because they are the cheapest option for generating electricity and this makes them very competitive. That is precisely why there is no outflow of investors, on the contrary - leading energy companies from Central and Southeastern Europe are just beginning to enter the Bulgarian market. Of course, the low and negative prices on the exchange are a challenge for all electricity producers. It is clear that investments in renewable energy cannot continue according to the "we build, whatever may happen" principle. A professional approach requires finding complex solutions. For example, in the future, it is unlikely that many solar parks will be implemented without batteries. Long-term power purchase agreements will also become more and more common, because they are based on mutually beneficial partnerships between renewable energy producers and large industrial consumers.

So, are batteries and long-term contracts the "cure" for negative electricity prices?

The "cure" is complex. It includes more flexibility, storage systems, incentives for industry to enter into long-term contracts, flexible consumption, new interconnections with neighbors - all this is part of the solution.

Nikola Gazdov is an entrepreneur with 18 years of experience in renewable energy. He serves as Chairman of APSTE (the Association for Production, Storage, and Trading of Electricity in Bulgaria) and sits on the Board of the Romanian Photovoltaic Industry Association (RPIA). Nikola is also a Board Member of SolarPower Europe and Deputy Chair of its National Associations Committee. On the business front, he is CEO of Renergy, a technical advisory firm, and Director at Element Power, a gigawatt-scale developer of solar and battery energy storage systems.

▲ **Alexandra Sotirova-Delcheva**

Mr. Gazdov, we are seeing off another record summer for solar energy in Bulgaria. The market has boomed in recent years, but how would you describe it at the moment? Is there a lull?

Bulgaria has attracted over 6 billion leva of private investment in its energy sector, mainly for the construction of new solar power plants. These already cover a large part of daily energy consumption and reduce exchange prices because they produce electricity at a low cost. According to ESO (Electricity System Operator), the photovoltaics here currently exceed 5,000 MW. After the record years of 2023 and 2024, many expected the market to slow down. However, at least 2,000 MW of new projects are in an advanced stage of

development or have started construction and will be implemented in the next 12-18 months.

In Bulgaria alone, 9,000 MW of

“
THE COMBINATION OF
AFFORDABLE BATTERIES AND
CHEAP SOLAR POWER IS AN
IDEAL
PREREQUISITE
FOR INVESTMENTS IN
STORAGE

photovoltaic projects are waiting to be connected to the grid. Is said grid developing at a sufficient pace to meet demand? How long does it take to connect a solar park to it?

ESO is already working on strategic programs for the modernization and expansion of the electricity transmission grid. The aim of these investments is to improve interconnection and network management, as well as to increase the capacity to connect new renewable energy sources.

Currently, connecting a solar park takes between 2 and 4 years, depending on the state of the grid in the relevant region and the need to build power lines. For wind power plants, this period is much longer, because environmental procedures there further slow down the process.

While we are having this conversation, the price of electricity on the energy exchange is once again approaching zero leva. Do such prices lead to an outflow of investors in clean energy and how can solar energy maintain its place under the Bulgarian sun?

Photovoltaic capacities are being built





единствена държава в ЕС, която над 10 години не е построила нито един нов ветроенергиен парк, което е абсурдно и трябва да се промени.

- Може ли да се каже, че ВЕИ секторът навлиза в нова ера със системите за съхранение. Как те променят пазара и какво още предстои?

- Много неща ще се променят. Никога досега не сме имали възможност да съхраняваме електроенергия в такива мащаби на толкова ниска цена. Комбинацията от достъпни батерии и евтин соларен ток е перфектна предпоставка за инвестиции в съхранение. Защото батериите могат да зареждат на ниски цени през деня и да ги „прехвърлят“ към вечерния пик. Това нормализира пазарната волатилност и намалява цените за индустрията и битая. Батериите предоставят нови способности на ЕСО да управлява системата, което е ключово заради увеличения дял на променливо производство в региона.

Финансовата подкрепа по Плана за възстановяване и устойчивост (ПВУ) катализира допълнително пазарните процеси и зададе много агресивна времева рамка. Вече са из-

But there is something else - to achieve low prices even when the sun is not shining, we need to accelerate the construction of new wind power capacities. Bulgaria is the only country in the EU that has not built a single new wind farm in over 10 years, which is absurd and must change.

Could we say that the RES sector is entering a new era with storage systems. How are they changing the market and what is yet to come?

Many things will change. Never before have we had the opportunity to store electricity on such a scale at such a low price. The combination of affordable batteries and cheap solar power is a perfect prerequisite for investments in storage. That's because batteries can be charged at low rates during the day, which they can then "transfer" to the evening peak hours. This normalizes market volatility and reduces prices for industry and households. Batteries provide new capabilities for ESO to manage the system, which is key due to the increased share of variable generation in this region.

Financial support under the Recovery and Resilience Plan (RRP) further catalyzes market processes and sets a very aggressive

градени над 1300 MWh, а очакванията са този капацитет да нарасне до над 12 GWh към средата на 2026 г. По данни на ЕСО, към август 2025 г. има сключени договори за 7500 MW с капацитет над 23 000 MWh.

- Все повече големи предприятия инсталират собствени соларни мощности. Това ли е новата енергийна независимост за бизнеса в България и какви предизвикателства среща този процес?

- Индустрията търси дългосрочно ниски цени и повишена енергийна автономност. Фотоволтаичните

централи предлагат и двете. Няма да е пресилено да кажем, че българската индустрия е соларният шампион на Европа. В последните години бяха изградени стотици слънчеви централи за собствена консумация по покривите на заводи и в близост до индустриални производства. Много от предприятията вече работят по тяхното разширение. Батериите са следващата логична стъпка. Неслучайно именно българска индустриална компания изгради най-голямата самостоятелна батерия в целия ЕС (б.р. „Адванс Грийн Енерджи“ АД).

- Къде е България на соларната и батерийна карта на Европейския съюз?

- България е соларен лидер - не само заради бързия растеж на инсталационните мощности, а заради десетките успешни компании. Най-големият системен интегратор в Европа идва от България, а секторът дава работа на повече от 10 000 служители. За съжаление, при вятъра сме на дъното. Ако не променим това, винаги ще догонваме останалите.

При батериите имаме шанс да сме сред лидерите, ако реализираме дори част от заявения капацитет.

“
ВИСОКИТЕ
ПРОДУКТОВИ ТАКСИ
ИЗКУСТВЕНО
ОСКЪПЯВАТ
СОЛАРНИТЕ ПАНЕЛИ
С 35%, А БАТЕРИИТЕ С
БЛИЗО 20%”

time frame. Over 1,300 MWh have already been built, and this capacity is expected to grow to over 12 GWh by mid-2026. According to ESO, as of August 2025, contracts for 7,500 MW with a capacity of over 23,000 MWh have been signed.

More and more large enterprises are installing their own solar capacities. Does this mean new energy independence for businesses in Bulgaria and what challenges does this process face?

The heavy industry is looking for long-term low prices and increased energy autonomy. Photovoltaic plants offer both. It would not be an exaggeration to say that the Bulgarian heavy industry is the solar champion of Europe. In recent years, hundreds of solar power plants for own consumption have been built on the roofs of factories and near industrial production facilities. Many of the enterprises are already working on their expansion. Batteries are the next logical step. It is no coincidence that it was a Bulgarian industrial company that built the largest independent battery unit in the entire EU (ed. Advance Green Energy AD).

What is Bulgaria's position on the

solar and battery map of the European Union?

Bulgaria is a solar leader - not only because of the rapid growth of installed capacity, but because of the dozens of successful companies. The largest system integrator in Europe comes from Bulgaria, and the sector employs more than 10,000 workers. Unfortunately, we are at the bottom when it comes to wind. If we do not change this, we will always play catch-up to the others.

“
HIGH PRODUCT FEES
ARTIFICIALLY
INCREASE
THE COST
OF SOLAR PANELS BY
35%, AND BATTERIES BY
NEARLY 20%”

мет. Енергетиката по дефиниция е инертна система, в която всичко се случва бавно и полека. В този контекст, скоростта на развитие на батериите разбива всички установени модели и ни поставя в изцяло нова среда. След по-малко от година, ако няма непредвидени сътресения, България ще затвърди ролята си на регионален балансатор, при това по категоричен начин.

- **Навлизането на изкуствения интелект (AI) и Интернет на нещата (IoT) в соларните технологии доведе до създаването на интелигентни решения, които значително подобряват ефективността и управлението на енергията. Какви са иновациите в сектора и случват ли се те и у нас?**

- Енергетиката се дигитализира и това създава много ползи за бизнеса и консуматорите. В България можем да се похвалим с няколко стартапа, които изградиха конкурентни продукти, базирани на изкуствен интелект. Техните решения помагат за по-добро прогнозиране на производството, интегриране на системи за съхранение и превантивна поддръжка на електроцентрали. Търговците на електроенергия също се възполз-

ват от AI решения, изработени в България, за да оптимизират управлението на своите портфолия.

- **Наскоро АПСТЕ и други организации публикуваха позиции относно проблеми, свързани с държавните продуктови такси за рециклиране на соларни панели и батерии. Какво ви притеснява и имате ли предложения за решаване на въпроса?**

- Проблемът е в остарялата нормативна уредба, която залага несъразмерно високи цени на продуктовете такси за рециклиране на соларни панели и батерии. Техните



**ЗАНАПРЕД НАДАЛИ ЩЕ
СЕ РЕАЛИЗИРАТ МНОГО
СОЛАРНИ
ПАРКОВЕ БЕЗ
БАТЕРИИ**

нива не са свързани с реалните разходи за оползотворяване и са между 5 и 10 пъти по-високи от сравними такси в други държави от ЕС. По този начин държавата изкуствено оскъпява соларните панели с 35%, а батериите с близо 20%. Инвеститорите очакват от българската държава предвидимост, а не необосновани регулаторни тежестки. Внесли сме писма до Министерски съвет и ресорните министерства с искане да се приеме временна дерогация за период до две години. През това време нормативната база трябва да бъде преработена така, че да отразява реалните разходи за рециклиране и да бъде в рамките на средните ценови нива за ЕС.

- **Ако трябва да погледнем напред, какво е бъдещето на българската енергетика?**

- Бъдещето е свързано с продължаваща трансформация на енергийната ни система – все повече нови ВЕИ и батерии, развитие на преносния капацитет и междусистемната свързаност и умно управление на съществуващите енергийни активи. Тази комбинация ще гарантира устойчиво ниски цени и повишаване на енергийната ни сигурност. ⑩

With batteries, we have a chance to be among the leaders if we realize even part of our declared capacity. The energy sector is by definition an inert system where everything happens slowly and gradually. In this context, the speed of battery development breaks all established models and puts us in a completely new environment. In less than a year, if there are no unforeseen shocks, Bulgaria will consolidate its role as a regional balancer in an assertive way.

The entry of artificial intelligence (AI) and the Internet of Things (IoT) into solar technologies has led to the creation of intelligent solutions that significantly improve energy efficiency and management. What are the specific innovations in the energy sector and are they being implemented in our country?

Energy is digitizing and this creates many benefits for businesses and consumers. In Bulgaria, we can boast of several startups that have built competitive products based on artificial intelligence. Their solutions help to better predict production, integrate storage systems and perform preventive maintenance of power plants. Electricity traders are also taking

advantage of AI solutions developed in Bulgaria to optimize the management of their portfolios.

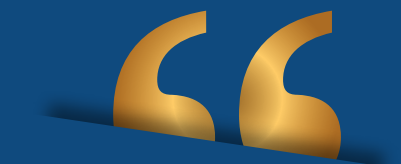
Recently, APSTE (Association for production, storage and trading of electricity) and other organizations published positions on issues related to state product fees for the recycling of solar panels and batteries. What worries you about this and do you have any suggestions for solving the issue?

The problem lies in the outdated regulatory framework, which sets disproportionately high product fees for recycling solar panels and batteries. Their levels are not related to the real costs of recovery and are between 5 and 10 times higher than comparable fees in other EU countries. In this way, the state artificially increases the cost of solar panels by 35% and batteries by nearly 20%. Investors expect predictability from the Bulgarian state, not unjustified regulatory burdens. We have submitted letters to the Council of Ministers and the relevant ministries with a request to adopt a temporary derogation for a period of up to two years. During this time, the regulatory framework should be revised to reflect the real costs

of recycling and be within the average price levels for the EU.

Looking ahead, what is the future of Bulgarian energy?

The future is connected to the ongoing transformation of our energy system – more and more new renewable energy sources and batteries, development of transmission capacity and interconnection, and smart management of existing energy assets. This combination will guarantee sustainably low prices and increase our energy security. ⑩



**IN THE FUTURE, IT IS
UNLIKELY THAT MANY
SOLAR PARKS
WILL BE BUILT
WITHOUT
BATTERY UNITS**



ЕВРОТО

на по-висока скорост

АКО ВСЯКА ОРГАНИЗАЦИЯ СЕ
ПРЕНАСТРОИ КЪМ НОВ НАЧИН НА
МИСЛЕНЕ, ТОГАВА И ПРЕХОДЪТ КЪМ
ЕДИННАТА ЕВРОПЕЙСКА ВАЛУТА ЩЕ СЕ
ВЪЗПРИЕМА НЕ КАТО ТЕЖЕСТ,
А КАТО ВЪЗМОЖНОСТ

✍ Георги Георгиев

Всеки в България ще премине към еврото от 1 януари 2026 г. Но само някои ще използват този преход, за да се качат на по-високо ниво като организация, пазарен играч и лидер. И ето визия и вътрешен комуникационен слоган, с които една компания да подходи към промяната: „Евротом идва. Ние сме готови. Не просто минаваме на евро. Минаваме на нова скорост“.

Катализатор за растеж

Разбира се, рискът в турбулентни времена да се превърне в предимство не е въпрос на късмет, а на навременни, смели и добре обмислени действия. В контекста на въвеждането на еврото през 2026 г., това означава бизнеса да се откажат от пасивното изчакване и да използват самата промяна като катализатор за растеж и укрепване. Докато някои ще се стремят просто да „минимизират щетите“, други ще се възползват от момента, за да изградят доверие, да обновят вътрешните си системи, да разширят пазарното си присъствие и да надградят корпоративната си култура. След приемането на еврото

барьерите към търговия и сътрудничество с еврозоната ще намаляят и това отваря възможност за пазарна експанзия, но само за онези, които е готови за нея.

Трансформация

Фирмите, които се подготвят отрано и подхождат прозрачно към своите клиенти и партньори, ще спечелят доверие и конкурентно предимство. Онези, които обяснят ясно как върви процесът към превключване в евро, без спекулативно да извличат ползи от ситуацията и да увеличават цените, ще бъдат възприемани като коректни и отговорни. Това създава

позитивна репутация, която трудно се купува с пари. Освен това компаниите, които са започнали трансформацията си по-рано от останалите – адаптират финансови политики, мислят за своето развитие, за клиентите и за служителите си – ще придобият реално стратегическо предимство. Ще могат да реагират по-бързо на всяка новост и на всяка промяна, ще са предпочитан партньор в международна среда и ще се отворят към нови пазари. Самият преход към еврото е отличен повод за вътрешна трансформация – не само техническа, но и културна. Ако се подходи с ясна визия и включване на служителите,

преходът може да засили мотивацията и усещането за обща цел. Така една привидно външно наложена промяна се превръща в средство за вътрешно обновление и растеж.

Да се изстреляш напред

Най-важното е да се осъзнае, че през 2026 г. всички в България ще работят с евро. Но не всички ще бъдат по-силни заради това. Предимството ще бъде за онези, които използват времето дотогава не просто да се подготвят, а да се изстрелят напред – с нови системи, ново самочувствие и нов пазарен образ. А за да може една компания – независимо дали е малка или голяма – да започне да възприема прехода към еврото не като тежест, а като възможност, е нужно преди всичко да се пренастрои начинът на мислене в организацията. Това не се постига с формални съобщения или с „препращане на указания“, а с целенасочено, автентично и човешко ангажиране на хората, които носят промяната на плещите си.

Интеграция

Важно нещо, което може да се направи, е да се разкаже тази нова исто-

рия на прехода – не като счетоводно събитие, а като част от едно по-голямо израстване. Вместо служителите да чуват „Има работа по промяната на софтуера“, те да чуят: „Скоро ще сме в еврозоната. Това е най-голямата икономическа интеграция, която България преживява след приемането в ЕС. Ние ще сме част от нея, подготвени и уверени“. Тонът задава посоката. Ако мениджмънтът говори за промяната със страх, неяснота или раздразнение, цялата фирма ще я възприеме като заплаха. Но ако се говори с визия, със самочувствие и с разбиране, хората ще започнат да гледат на нея с по-голямо доверие и лична ангажираност.

По-ефективни

Много силен ефект има въвлечането на екипа в самата подготовка – не като бремене, а като шанс да се изгради нещо ново. Да се задава въпросът: „Как можем, тласнати от този преход, да подобрим нашите процеси? Как да сме по-ефективни и да обслужваме клиентите по-добре?“. Когато промяната не се възприема като външно наложено усилие, а като вътрешна възможност за израстване, тя става поносима. Важно е да се поставят ясни и постижими цели, които не звучат бюрократично. Не просто „да подготвим системите за евро“, а например: „Ще обучим целия търговски отдел да работи с новите условия по начин, който ги прави по-уверени и по-добри в продажбите“.

Така техническата промяна прераства в личен и професионален растеж.

Кампания

Много може да помогне и създаването на вътрешна кампания – с позитивен, но не повърхностен слоган. Например: „Евротом идва. Ние не се плашим – ние се подготвяме“. Или: „Новата валута. Същите принципи. По-силни от вчера“. Дори малки елементи – като визуална идентичност, брандирани материали, кратки послания от ръководството на компанията – създават усещане за целенасоченост и общност. Това не е PR, това е култура. Но най-важното е друго – мениджмънтът трябва искрено да вярва, че тази промяна носи шанс за израстване. Ако това е само „задължение, което да отбележим“, така ще го възприеме и екипът. Но ако се подходи като към възможност за подкреждане, обновяване, утвърждаване и разширяване на пазарно присъствие, тогава страхът от прехода се превръща в мотивация.

С увереност

Компаниите се вдъхновяват не от директиви, а от смисъл. Ако хората усещат, че това, което предстои, ще ги направи по-конкурентни, по-подготвени, с по-голямо доверие от страна на клиентите – тогава го срещат не със свити сърца, а мотивирани и с изправен гръб. Нека направим прехода към еврото с увереност, не със страх. ☐

Д-р Боян Николаев: Свободната търговия е НАЙ-ЕФЕКТИВНА

ЕС МОЖЕ ДА ПРЕДЛОЖИ НА ПРЕЗИДЕНТА ТРЪМП
СЪЗДАВАНЕ НА ВАЛУТНО СПОРАЗУМЕНИЕ „МАР-А-
ЛАГО“ МЕЖДУ НАТО И БЛИЗКИТЕ НИ СЪЮЗНИЦИ
ОТ АЗИЯ, КАКТО И ПЪЛНА ОТМЯНА НА МИТАТА

✎ Тони Григорова

- Г-н Николаев, защо КРИБ така възторжено посреща предстоящото присъединяване на България в еврозоната от 1 януари 2026 г.?

- Влизането на България в еврозоната има огромни позитиви за бизнеса като премахване на разходите за превалутиране и закомтяне на България геополитически в европейското политическо, икономическо и културно семейство. То ще ни доближи до точката на създаване на нови пари в Европа - това често е подценявано, но всъщност ще позволи на инфлацията в България да се успокои и да се намали до темпа, типичен за страните от еврозоната. Известен ефект в икономиката е, че потребителите и бизнесът, които са най-близо до точката на вливане на нови пари, пазаруват първи и съответно - най-евтино. И докато парите стигнат до тези в периферията, цените вече са се вдигнали. Това е и причината инфлацията на европейските страни извън еврозоната да е устойчиво и значително по-висока от тази в еврозоната. Подходът на КРИБ по тези макроикономически теми винаги е стратегически и търсещ стабилност за десетилетия напред, а не краткосрочен популизъм и дребнавост. Но имаше сили, които активно спъваха процеса.

- Как по-леко целият бизнес и

гражданите да превключат на „евро“?

- Призовавам всички, когато имат някакъв въпрос, първо да потърсят отговора му на evroto.bg - специализираният уебсайт на държавата, който помага именно за това „превключване“.

- Има притеснения от галопиращ ръст на цените и застои в нивата на заплатите в прехода към евро...

- Нито цените, нито заплатите имат директна връзка с преминаването към еврото в краткосрочен план. Еврото е просто валута - тя не може да определи или ограничи какви да са цените в магазините или какви да са заплатите ни. Каквото и да се случи с цените, особено в дългосрочен план, то ще е функция на бюджетния дефицит и кредитирането - инфлацията е паричен феномен. Ако увеличим количеството пари в системата непропорционално на производството, то цените ще вървят нагоре по-бързо от доходите. Нека обърнем внимание на паричното предлагане в България, което расте с около 8%, докато в еврозоната с 2.5% - а в изпадналата в инфлационна криза Румъния с 10%.

- Какъв шанс виждате за българската икономика да се активизира в своето развитие чрез вътрешни ресурси и външни инвестиции?

- България трябва да е изключител-

но активна в инициирането и формирането на единния европейски капиталов пазар. Това е ясно открито в доклада „Драги“ като инструмент за наваксване на изоставането на Европа спрямо САЩ не в създаването на стартъпи, а в превръщането на малките компании в бързорастящи средни предприятия и след това в едри международни корпорации. Иначе българските и европейските предприемачи и учени ще измислят нови амбициозни проекти, ще ги създават тук, но след определен размер ще ги изместят в Ню Йорк, за да съберат капитал за първия си милиард. Европейската комисия беше установила, че дори от малкото компании „еднорози“ на Стария континент, 30% впоследствие са „мигрирали“ в САЩ. Не очаквам големи промени в следващите години - българската икономика ще продължи силната си инерция в IT, аутомотив и изнесените бизнес процеси и най-вероятно още европейски банки да позиционират у нас свои центрове. От КРИБ виждаме значителен потенциал и в роботиката, която да интегрира на практика напредъка на изкуствения интелект в индустрията.

- Проявява ли администрацията необходимата гъвкавост?

- Европейският съюз търси път към ресурсна автономност в критичните елементи и метали, а България има какво да предложи. Но регулаторната рамка у нас продължава да е прекалено тежка. Например административните процедури и разрешителните режими за отваряне на рудник „Ага тепе“ отнеха 17 години. Днес „Ага тепе“ наближава края на своята успешна експлоатация, а след предстоящото откриване на рудник „Брезник“ не се забелязва



© Кристиан Сираков

друг проект на хоризонта. Развитие то на залежите на волфрам, който е абсолютно незаобиколима суровина за полупроводниците и батериите, е тотално замразено и е под похлупак от популизъм. Това са огромни възможности, които пропускаме.

- Митата остават гореща тема след сделката на Тръмп с ЕС. Как на българския експорт ще се отразят 15% мита в търговията със САЩ и новите задължения за инвестиции в американската икономика?

- Сделката на Тръмп с ЕС е имиджова, но не и критична икономическа загуба за Европа. Оптиката безспорно не беше добра, когато г-жа Фон дер Лайен и президентът Тръмп

Боян Николаев е зам.-изпълнителен директор на КРИБ. Завършил е бизнес администрация в City University of Seattle и притежава докторска степен по обществени комуникации от Нов български университет (НБУ). Преподава в катедра „Национална и регионална сигурност“ на УНСС и департамент „Медии и комуникации“ на НБУ. Съветник е на президента на Ирландско-американския университет в Дъблин.

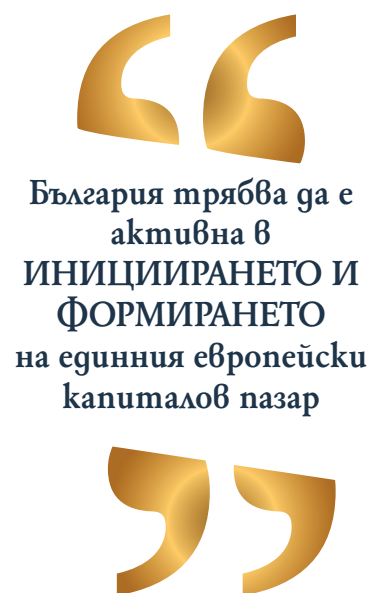
казаха, че САЩ не правят никакви отстъпки и отношенията досега са били в полза на ЕС. Политически това е победа за Тръмп. Но в икономически план нещата не са толкова безнадеждни. Първо, европейската икономика няма да загуби нищо от падането на митата за американски стоки - това означава, че те ще поевтинят средно с около 10% и ще

имаме повече избор. Второ, европейските традиционни производители ще имат повече конкуренция. Истината е, че Европа дълги години се фокусираше върху запазването на т. нар. наследени индустрии (legacy industries), комфортно убедена в тяхната доминация. Но това създаде илюзорен комфорт с резултат поне пет пропуснати технологични

революции - интернет, социалните мрежи, електромобилността и автономното движение, полупроводниците и изкуствения интелект. Почти със сигурност ще изпуснем и задаващата се шеста революция - роботизирането на AI. Европа има нужда от разтърсване и конкурентен натиск, за да се върне към ренесансовия дух в икономиката. Трябва да погледнем към предприемачество и финансиализация на науката и културата, ако искаме отново да сме водещ икономически мотор, а не просто голям потребителски пазар.

- Как предлагате да се реши въпросът с енергийните доставки?

- Закотвянето на енергийните доставки към американските производители ще ограничи тлеещите желания в някои европейски бизнес асоциации да се обърнат отново към руски газ и петрол. Инфраструктурата за доставка на енергия от САЩ е такава, че веднъж изградена, Европа няма да има икономическа логика да се обръща към Русия. Сделката за инвестиции и покупка на оръжия е около среднестатистическите числа за всяка година, т. е. там имаме повече символика и укрепване на отно-



България трябва да е активна в ИНИЦИИРАНЕТО И ФОРМИРАНЕТО на единния европейски капиталов пазар

шения, отколкото ново движение. Всичко това ще има дезинфлационен ефект в ЕС и вероятно ще доведе до още намаления на лихвите от ЕЦБ. Именно тук е възможно да се появи следващ конфликт между ЕС и САЩ, особено ако Федералният резерв задържа лихвите високи, тъй като президентът Тръмп иска да продължи плавно отслабване на долара.

- В тази ситуация, наричана търговска война, какви полезни ходове в противовес виждате като възможни от страна на ЕС?

- Аз съм класически либерал/либертарианец по убеждения и според мен ЕС трябва да освобождава режимите на търговия и производство едностранно, без значение какво правят нашите търговски партньори. Няма нищо по-хубаво и по-ефективно за икономиката от свободната търговия - ако някоя друга държава желае да субсидира евтини телефони или телевизори за европейския данъкоплатец, то тя е добре дошла. Единственото изключение е отбранителната промишленост и някои сектори на минното дело и металургията, където местното производство трябва да бъде съхранено, дори с цената на издигането на мита. А вместо търговска война с мита, ЕС може да предложи на президента Тръмп създаване на валутно споразумение „Мар-а-Лаго“ между НАТО и близките ни съюзници от Азия. По този начин между съюзниците няма да има девалвация на валути, водеща до „кражба“ на критични производства. ☺



**ТВОЯТ
ПАРТНЬОР
ТВОЯТА
СИГУРНОСТ**



Устойчивостта на МИННАТА ИНДУСТРИЯ



Красимир Свраков

**МИНЕРАЛНО-СУРОВИННИЯТ БИЗНЕС ИМА
СТРАТЕГИЧЕСКО МЯСТО В ИКОНОМИКАТА И СЕ
ТЪРСИ КАК ДА ЗАПАЗИ ДЪЛГОСРОЧНА СТАБИЛНОСТ**

✍ Тони Григорова

Професията на миньора е сред най-отговорните, най-рисковите и най-ключовите за развитието на всяка модерна икономика. Значението ѝ не се измерва само в тонове добити суровини, а в способността да изгражда основа за растеж и стратегическа сигурност. Това каза в Деня на миньора доц. Кремена Деделянова, председател на Федерацията на научно-техническите съюзи в България. Като председател и на Научно-техническия съюз по минно дело тя увери, че минерално-суровинната индустрия продължава да заема стратегическо място в икономиката ни. С над 315 активни предприятия и приблизително 120 000 души заети пряко и косвено, през 2024 г. браншът се нарежда сред най-значимите работодатели у нас. Активни са 524 концесии за добив на подземни богатства, разпределени между метални и неметални полезни изкопаеми, твърди горива, нефт, природен газ, минни отпадъци. През 2024 г. общото

количество

добити полезни изкопаеми

възлиза на 115 млн. т, като се отчита спад от 5% спрямо предходната година. Общата нетна стойност на произведената продукция в сектора достига 4,1 млрд. лв., което е ръст

Вътрешна структура на добива

- Строителни материали - 44 млн. т, ръст с 5% спрямо 2023 г.
- Руди - 42 млн. т, спад с 5%.
- Индустриални минерали - 13 млн. т, ръст с 2%.
- Твърди горива (лигнитни въглища) - спад с 41% само за 2023-2024 г., в контекста на енергийната трансформация и политиките по декарбонизация.

от 4% спрямо 2023 г. Тенденцията е към намаление на добиваните обеми, което се компенсира от по-високите цени на суровините и добавената стойност от последващата преработка. Необходима е задълбочена оценка на всички фактори, влияещи върху растежа на индустрията, за да се генерира устойчиво развитие и стабилност в дългосрочен план, препоръчва доц. Деделянова.

Годишният доклад на бранша сочи, че

приходите от концесии

през 2024 г. имат ръст от 6% спрямо 2023 г. Секторът апелира да се насочат усилия в разработването на нови находища. България е сред страните с ключов принос към ресурсната сигурност на континента, а през 2024 г. износът на продукти от добивната индустрия достига 4,9 млрд. евро, като се отчита спад от 3%. Причината - намаление в индустриалните минерали и въглищата. Вносът на минерални суровини се увеличава с 16%, достигайки 9,4 млрд. евро, и задълбочава структурния търговски дефицит, но подчертава необходимостта от развитие на местния добив на стратегически суровини.

Секторът инвестира в

Министрите Борислав Гуцанов, Жечо Станков и вицепремиерът Атанас Зафиров отбелязаха Деня на миньора заедно с ръководството на БМГК, сред които инж. Драгомир Драганов и проф. д-н инж. Николай Вълканов

модернизация

и устойчивост. Минната индустрия се адаптира към бъдещето с внедряването на дигитални системи за мониторинг, автоматизация на производствените процеси и високотехнологични средства за безопасност. Български компании работят с дронове за геофизични изследвания, с интелигентни системи за предотвратяване на аварии и с иновации за капково напояване при залесяване на рекултивирани терени, като разходите за опазване на околната среда в сектора надхвърлят 54 млн. лв. Те се инвестират в пречиствателни станции, рекултивация на терени, дронове за агрообработка и екологичен мониторинг.

Производителността на труда

е висока - над 102 хил. лв. добавена стойност на едно наето лице, почти двойно над средната за икономиката на страната. Браншът изпреварва по този показател преработващата промишленост, IT

сектора, научните изследвания и всички останали отрасли, с изключение на енергетиката. Средната годишна заплата в индустрията достига 33 884 лв., като най-високи са възнагражденията в рудодобива. Разходите за труд на заето лице надхвърлят 47 хил. лв.

Очаква се ръст

в търсенето на добивни суровини в ЕС до шест пъти през 2030 г. и до 15 пъти през 2050 г., твърди инж. Драгомир Драганов, председател на УС на Българската минно-геоложка камара (БМГК). И още: В сектора работят над 18 000 души, а минната индустрия формира около 5% от БВП на България. „Нека има повече доверие в нас, за да може да инвестираме повече“, призова Димитър Цоцорков, председател на НС на „Асарел-Медет“ АД. А зам.-министърът на околната среда и водите Атанас Костадинов вярва: Има път към бъдещето и той се намира под земята. Изследването на земните недра е предизвикателство безкрай. ☞

Проф. д-н инж. Николай Вълканов, председател на СД на „Минстрой Холдинг“ АД и почетен председател на БМГК:

Да видим възможностите

Да помислим за бъдещето на медодобивния отрасъл. Нашите, а и европейските запаси свършват през 2040 г. Те и без това са с много ниско съдържание на мед, олово, цинк. Работим все още, благодарение на огромните инвестиции, които се направиха в сектора - над 12 млрд. лв. С модерните обогатителните комбинати България ще е пак сред първите производители на мед, олово и цинк, но с вносна руда. Имаме огромни запаси от уран. До 1989 г. България беше на трето място по производство на уран в света. Но през 1991 г. Народното събрание го спря. Време е да отворим това производство, както и да разработим добива на редкоземни елементи. В Северна България по поречието на Дунав има подземно море с питейна вода, но през 1991 г. парламентът забрани сондирането. Вода имаме, трябва да променим законодателството и да започнем да работим.

Инж. Стоил Димитров, генерален директор „Производство“ на „Елаците-Мед“ АД:

Силни хора градят успеха

Този бранш е силен, тъй като в него работят силни хора. С успешни екипи компаниите са успешни. Стъпваме на опита, ползваме науката. Доайените в минното дело, заедно с младите специалисти, си предават знанията, за да не се скъса нишката. „Тайната“ на разцвета на сектора е, че през всички тези години след 1989 г. сме единни и не предадохме хората.

Да хванеш СЛЪНЦЕТО

ПО ЦЯЛ СВЯТ ФОТОВОЛТАИЦИТЕ НАВЛИЗАТ С ВСЕ ПОВИСОКА СКОРОСТ, НО ВСЕ ОЩЕ НЯМА ЕФИКАСНО РЕШЕНИЕ ЗА ТЯХНОТО ИНТЕНЗИВНО РЕЦИКЛИРАНЕ

✎ Георги Георгиев

Соларната енергия навлиза с все по-висока скорост. Използването на фотоволтаични панели в предприятията, но и в дома, води до значително намаляване на сметките за електричество, осигурява по-голяма енергийна независимост, като при добра локация и правилен избор на оборудване системата е надеждна и ефективна в дългосрочен план. Соларните централи позволяват по-голямо производство на зелена енергия и може да бъдат изградени бързо - но нека да е върху терени, които не се използват активно за селскостопански цели.

Устойчивата алтернатива

Сред основните предизвикателства са високата начална инвестиция, която е по-съществена при соларните централи, както и зависимостта от климатичните условия - особено през зимата или при често облачно време. За домашните системи е нужно наличието на подходящ покрив или двор и редовна поддръжка. Соларните паркове заемат големи площи, което може да предизвика напрежение със земеделски заинтересовани кръгове или местни общности. Освен това изискват преминаване през административни процедури, които понякога са бавни и сложни. Въпреки тези минуси, соларна-

та енергия остава сред устойчивите алтернативи за бъдещето.

Хит във възобновяемите технологии

Плаващите фотоволтаични централи са новият хит във възобновяемата енергия. Това са соларни паркове от слънчеви панели, които са на повърхността на езера, язовири и морета. Те се охлаждат от водата и работят по-ефективно. Някои проекти включват хиляди панели. Тези фотоволтаични системи обаче не покриват изцяло водните басейни. Колкото и да е голям плаващият соларен масив, той обикновено покрива само малък процент от наличната водна повърхност. В глобалния фотоволтаичен пазар плаващите соларни централи са сочени като „стълб“ в защитата на околната среда, но не навсякъде те се приемат радушно.

Проекти за проучването на потенциала на тази технология са на ход в госта страни по света.

В тихи води

Предпочита се плаващите соларни паркове да се инсталират в т. нар. тихи води - езера, язовири или крайбрежни райони. Водните панели не се различават съществено от онези, които се монтират на земята, като и двата вида генерират електричество от слънчевите лъчи. Разликата е, че се закрепват към дъното на водния басейн. При проектирането и поставянето им се вземат предвид и евентуални продължителни суши, и проливни дъждове, които може да променят нивото на водата. Затова и котвите им са по-свободни, така че да има възможност „островите“ да се движат.

Храна срещу ток

Основен фактор за развитието на

плаващите фотоволтаични системи е високата цена на земята и най-вече недостигът ѝ, когато се търси терен с подобна цел. Там, където може да се отглеждат хранителни култури, обичайно не би да се строят електроцентрали. Конфликтът с използването на земите е сериозен, защото земеделците вече вижда фотоволтаичните централи като нарастваща заплаха за своите територии.

Пример от Китай

Китайската петролна и химическа корпорация Sinopec започна търговската експлоатация на първата в страната изцяло морска плаваща фотоволтаична електроцентрала край Циндао, провинция Шандонг. Инсталацията с мощност 7,5 MW е разположена върху 60 000 кв. м устойчиви на корозия поплаватели и ще генерира около 16,7 млн. kWh електроенергия годишно. Централата е проектирана да

издържа на екстремни морски предизвикателства. Естественото охлаждане от морската вода повишава ефективността на панелите с до 8%, а подводната система за закотвяне намалява строителните разходи с около 10%. Sinopec планира разширение на капацитета до 23 MW до края на 2026 г. Произведената енергия ще се използва за електролиза на морска вода и производство на водород. Проектът е част от стратегията на компанията за инвестиции в нисковъглеродни технологии. Регионалните власти в Шандонг активно насърчават плаващи соларни проекти с цел опазване на земеделските земи.

По-малко дърва за огрев

В България фотоволтаичните също навлизат все по-уверено - дори и в социалната сфера. И в нея има осъвременяване чрез процедурата за осигуряване на фотоволтаични системи за съществуващи социални услуги, финансирани от държавния бюджет. Целта е да се намали енергийната зависимост на всички социални услуги, които се управляват от общините. Очакванията са след изпълнението на проектите годишното потребление на енергията от невъзобновяеми източници в обектите с инсталирани системи да се намали с 30%. Фактите показват промяна в мисленето, която прави възможна замяната на дървата за огрев с фотоволтаични панели, но доколко това ще е работещ модел, опитът ще покаже.

Началото след края

Да, соларните панели станаха част от всекидневието. По целия свят на тях се гледа като инструмент за намаляване на въглеродните емисии, без да се отчитат емисиите за тяхното производство и транспорт, а и за рециклирането, което също трябва да е част от кръговрата на живота им. Слънчевите панели имат срок на годност до 25 години, но все още в световен мащаб липсва ясният отговор какво ще се прави с тази „устойчива алтернатива“. А той трябва да бъде намерен още преди те да започнат масово да излизат от употреба поради негодност. Чакат се решения за интензивното им рециклиране, но колко близо сме до тях, задава ли се новото начало след края? Иначе добрата идея за енергия от Слънцето ще се превърне в екологична бомба с часовников механизъм... ☹

АМОНРА ЕНЕРДЖИ се разраства на Балканите

УВЕЛИЧЕНИТЕ ОТ НАЧАЛОТО НА ЮЛИ
ЕКОТАКСИ ЗАПОЧВАТ ДА ВЪЗПИРАТ
ИНВЕСТИЦИОННАТА АКТИВНОСТ

✍ Тони Григорова

Новият тренд е предпочитани да стават инвестициите във фотоволтаични централни с батерии, отколкото в друг вид недвижимост, тъй като резултатите тук идват по-бързо. Поставянето на батерии носи висока добавена стойност на вложението, това казва Кирил Белелиев, директор „Доставки и продажби“ и член на Борда на директорите на „АмонРа Енерджи“ АД. Българската компания е разработила UPS система за високотехнологично осигуряване на надеждността. Тя изпълнява ролята на батерия за места, където прекъсванията на захранването са недопустими. Използването на батерии от най-ново поколение позволява токът да се продава, когато цената е висока. Така производителят прави своята ценова оптимизация, тъй като в търговията има и моменти, когато цената е отрицателна.

Наличност

Кирил Белелиев планира доставките от над 30 водещи производители на соларни панели, инвертори и системи. Отговаря и за продажбите към B2B клиенти, сред които са над 500 инсталатори в България и в чужбина. Така „АмонРа Енерджи“ осигурява всичко необходимо за изграждането на фотоволтаични централни. Това лято компанията започна да дистрибутира климатизици, термопомпи и нужните аксесоари за тяхната надеждна работа за битови и бизнес цели. Тази продуктова група оптимизира консумацията на електроенергия. Силата на „АмонРа Енерджи“ е, че поддържа високо ниво на складовите наличности на цялото

си портфолио от продукти и може бързо да реагира на всяка поръчка и на всяка нужда в сервизния център. Има възможност всеки да избере най-доброто за себе си или за своя клиент – по отношение на качеството и на цената.

Грижа за клиента

От година насам компанията организира безплатни обучения на своите клиенти, за да опреснят и да надградят своите знания. Това се прави в страните, в които тя има присъствие – България, Румъния, Гърция, Сърбия, Северна Македония и Украйна. Качеството е приоритет на всички по веригата и за да се избегнат възможните проблеми, се предприемат всички необходими действия. Поради високия интерес на клиентите, през август бе открит шоурум в София, което ще ги улесни да вземат информирано решение. Освен това в Драгоман по свои разработки „АмонРа Енерджи“ произвежда конструкции, върху които се полагат соларните панели. Тези конструкции бързо се обновяват и модернизират, за да са още по-удобни за монтажите.

Поскъпване, но защо

От юли тази година е увеличен размерът на екотаксите за соларните панели, електрониката и батериите

за изграждането на фотоволтаични централни, които се плащат от вносителите. Сега размерът на екотаксите у нас значително надвишава нивата в Европа. Това дава отпечатък чрез повишаване на крайните цени за клиентите, което води до спад на продажбите и до по-малко инвестиции в солари. Предложението е нивата на екотаксите да се преразгледат и да станат в съответствие с тези в другите европейски страни. Несъразмерно високите продуктови такси подтиква ръководството на „АмонРа Енерджи“ да търси нови възможности и да разраства дейността си на Балканите – в държави, в които тези екотакси не са така високи. ☉



Кирил Белелиев

© АмонРа Енерджи

КМЕТ НА ГОДИНИНАТА 2025

13 години подкрепяме
добрите примери.

ПАРТНЬОРИ



Здрава ли е мрежата на глобалните ВЕРИГИ ЗА ДОСТАВКИ

НЕКА БЪЛГАРИЯ СВОЕВРЕМЕННО ДА СЕ ПОЗИЦИОНИРА В НОВОТО ПРЕНАРЕЖДАНЕ, ИНАЧЕ МОЖЕ ДА Е ЗРИТЕЛ В ГОЛЯМАТА НАДПРЕВАРА

✍ **Георги Георгиев**

Глобалните вериги за доставки създават удобство и сигурност - всичко е на една ръка разстояние. Има го, когато го потърсиш. Няма значение кой и как го произвежда, щом стига до нас. Но дали е точно така? Дали всеки път, когато ни потърбава, всяко нещо ще е налично? Пандемията, геополитическите напрежения, растящите транспортни разходи и политиките за устойчивост поставят под въпрос стария модел на свръхглобализация, в който производството е силно концентрирано в Азия, особено в Китай. Днес много държави и компании търсят преместване на производството по-близо до крайните пазари или в политически по-надеждни страни - решения, известни като nearshoring и friend-shoring. ЕС се стреми да намали риска от зависимост и да увеличи устойчивостта на своите икономики.

Успешна интеграция

И за България тази тема е чувствителна. Индустриални зони като „Тракия икономическа зона“ край Пловдив вече са пример за успешна интеграция на страната в европейските вериги на доставки - там оперират над 200 компании, включително глобални производители, и работят десетки

хиляди служители. Автомобилната индустрия се превръща в стратегически сектор за нас. Тук се произвеждат кабели, електронни компоненти и части за Volkswagen, BMW, Porsche и други марки. Страната вече е част от европейския „пояс“ на автомобилни доставки, който обхваща Чехия, Словакия, Унгария и Румъния. Текстилната индустрия и фармацевтия също се очертават като области, в които България може да се превърне в предпочитан партньор.

Център или периферия

Проблемът е, че процесът върви неравномерно, при това без цялостна национална стратегия. Полша и Унгария например активно изграждат политики за привличане на производства, свързани с батерии за електромобили, електроника, зелени технологии. Ако България не предприеме навреме подобни целенасочени усилия, рискуваме да останем в периферията на процеса и да се ограничим само до малък кръг от дейности.

Мост във времето

Ако в следващите 5 до 7 години България се възползва от пренареждането на глобалните вериги, страната може да привлече инвестиции, които да гарантират дългосрочна заетост, по-висока добавена стой-

ност и технологичен трансфер. Ако обаче пропуснем този момент, има опасност след 2030 г. да бъдем заобиколени от новите индустриални центрове в Централна и Източна Европа, а нашата икономика да остане в зоната на нискодоходни сектори и да изостава в конкурентоспособността си.

Навътре вместо навън

Великобритания планира огромни инвестиции за връщане на производства в страната. Президентът Доналд Тръмп има свой план как САЩ да постигнат това. Германия активно търси по-близки партньори в рамките на ЕС. Текстилни гиганти като Zara и H&M вече използват България и Португалия за бързи доставки, защото близостта до пазара става конкурентно предимство. Но дали България ще успее да осъзнае навреме, че става дума не просто за индустриални инвестиции, а за бъдеща роля в европейската икономика. Ако своевременно не изградим ясно позициониране, след това решенията ще са взети, а България ще е останала зрител.

Два сценария

Възможни са два сценария у нас - действия и пасивност на държавно ниво. Нека да прекараме двата „кадъра“ с времева линия до 2030 г., като държим под око и ефекта от присъединяването към еврозоната. В сценария „Действие“ България продава на Европа близост, стабилност и достъп до единния пазар. Правител-



ството използва инфраструктурата и натрупания опит в индустриални зони и го мащабира. Фармацията и медицинските изделия са втора ос - с регулаторна подкрепа за качествени клинични и производствени практики. Влизането в еврозоната на 1 януари 2026 г. сваля валутния риск, което облекчава дългосрочните договори по веригите за доставки и прави големите инвеститори по-склонни да локализируют ключови производства тук. Ефектът е особено осезаем при капиталоемки проекти. Ускоряват се и локалните сделки за сливания и придобивания, а банките финансират по-евтино; в комбинация с европейските средства и частен капитал това позволява да се развият цели кластери. До 2030 г. този път води

до по-дълбока интеграция във вериги за доставки, по-висока производителност и по-устойчив износ.

Пазарът решава

В другия сценарий държавата приема, че „пазарът сам ще подреди нещата“. Индустриалните зони остават фрагментирани, мрежовата инфраструктура се задържа, а административните процедури продължават да бавят навлизането на нови мощности. Без активна политика за повишаване на добавената стойност веригите за доставки ни виждат с фрагментарна роля. Ако изпуснем 2025-2028 г., около 2030 г. картата на новите европейски вериги ще е „нарисувана“ без нас, а ние оставаме в периферия с по-ниски маржове и по-висока

циклична уязвимост. Еврозоната е решаваща и в двата сценария, но при действие тя работи като усилвател, а при бездействие е по-скоро временен козметичен плюс.

Навреме

Не бива да се отлага България решително да се позиционира в новата мрежа на европейските доставки. Това означава ясна индустриална стратегия с приоритетни сектори, подходящи условия за инвеститори и използване на еврозоната като сигнал за стабилност. Ако направим тези стъпки навреме, може да влезем в потока на инвестиции и технологии, вместо по-късно да търсим решения на проблем, след като възможностите са ни подминали. ☐

„ИНСА СПИРИТ“

новият високотехнологичен завод за биоетанол

БЪЛГАРИЯ СЪПВА НА КАРТАТА НА ПРОИЗВОДИТЕЛИТЕ НА ВЪЗБНОВЯЕМИ ГОРИВА С НОВАТА ИНВЕСТИЦИЯ НА „ИНСА ОЙЛ“

„Инса Спирит“ е името на новия високотехнологичен завод за биоетанол. Стартът се развива от българска петролна компания „Инса ойл“. Това е първото съоръжение у нас, което ще произвежда възобновяемо гориво от биомаса и е един от най-модерните индустриални комплекси на Балканите. Строителството на биорафинерията започна през юни 2022 г. и вече е в напреднала фаза. Заводът е разположен върху площ от около 45

хил. кв. метра. Освен съоръженията и силосите, към завода ще има и 15 дека зелени площи. Инвестицията е на стойност около 56 милиона евро и включва производствените мощности и високотехнологична лаборатория, която предстои да бъде сертифицирана по всички международни стандарти. Така се гарантира безкомпромисно високо качество на всяка произведена партия.

Производствен капацитет и технологии

Капацитетът на завода е 41 хиляди литра етилов алкохол дневно. Чрез процес на дехидратация част от него ще се превърне в биоетанол за нуждите на българския енергиен пазар. Технологията на завода е разработена от индийската компания PRAJ – световен лидер в проектирането на заводи за етанол, а оборудването е доставено



от водещи компании като BÜHLER GROUP (Германия), ALFA LAVAL (Швеция), BOSCH (Германия), SIEMENS (Германия), HYDRO-THERMAL (САЩ) и SOLAR TURBINES (САЩ) – доставчик на системата за Ко-генерация.

Зърнобазата на новия завод включва пет силоса с достатъчен капацитет, така че да бъдат покрити годишните нужди от суровина. Производственият цикъл е напълно автоматизиран – от меленето на зърното до дестилацията и преработката на страничните продукти.

Защо е важно производството на биоетанол

Биоетанолът е възобновяемо гориво, произведено основно от зърнени култури. Той се смесва с бензина и добавя следните ключови предимства.

Намалява се отделянето на въглероден оксид и въглеродороди в атмосферата от автомобилите с бензинови двигатели.

Повишава октановото число на бензина, което подобрява работата на двигателя и намалява разходите за поддръжка на автомобилите.

Допринася за по-ниския въглероден отпечатък в национален мащаб.

Всичко това ще доведе до реална полза за околната среда и за крайните

потребители. Към момента изискването за количеството биоетанол, което се добавя към бензина, е минимум 9 %. То е регламентирано от Европейската директива за насърчване използването на енергия от възобновяеми източници и Закон за енергията от възобновяеми източници, който влезе в сила от първата половина на тази година. Европейските политики за намаляване на въглеродния отпечатък активно стимулират включването на биоетанол в транспортния сектор. В световен мащаб функционират над 1300 завода за биоетанол. Най-големите производители са САЩ, Бразилия, Китай. Инсталации за производство има и в страни от ЕС. Разработването на технологията ще доведе до по-устойчива и ефективна енергийна алтернатива за България, а заводът „Инса Спирит“ ще бъде и един от най-модерните в региона.

„Нашата амбиция е да превърнем България в регионален фактор за производство на биоетанол в региона. Вярваме, че тази инвестиция ще е важна за икономиката ни и ще увеличи енергийната ни независимост, като същевременно се грижим и за опазването на околната среда“, заяви управителят на „Инса ойл“ Георги Самуилов.

Освен биоетанол, „Инса Спирит“ ще произвежда като страничен продукт DDGS – изсушена спиртоварска

каша. Тя е ценна съставка за производство на храни за животновъдството. При процеса на работа на инсталацията ще се получава и втечнен въглероден диоксид с висока чистота, който може да се използва в хранително-вкусовата промишленост. Инсталацията ще бъде проектирана и доставена от американската фирма PENTAIR.

След стартирането на „Инса Спирит“, компанията предвижда развитие на технологии за второ поколение биоетанол, произведен от биомаса. Този втори етап ще превърне производството в още по-устойчива и перспективна алтернатива.

„Новият модерен завод на „Инса ойл“ ще допринесе за устойчиво бъдеще. Той ще е пример за реално развитие на кръговата икономика. „Инса Спирит“ е решителна крачка за България по пътя към развитие на високотехнологична енергетика и прилагане на устойчиви зелени политики“, каза още управителят на българската петролна компания Георги Самуилов.

Очакванията са, че заводът „Инса Спирит“ ще заработи през втората половина на 2026 година. Не на последно място, успешното развитие на проекта ще повлияе положително върху развитието на трудовия пазар в региона. Прогнозата е за разкриване на 120 нови работни места. ○



Йордан Славов: КОКА-КОЛА ще е тук и след 60 години

УСТОЙЧИВОСТТА Е МОРАЛЕН И БИЗНЕС
АНГАЖИМЕНТ КЪМ НАСТОЯЩЕТО
И КЪМ УТРЕШНИЯ ДЕН

Яна Колева

- Г-н Славов, Кока-Кола има 60 години присъствие в България. С какво това е важно за българите и българската икономика?

- Кока-Кола е много повече от любим бранд - тя стана част от ежедневието на българите и от икономическата структура на страната. Вярвам, че това означава доверие и лоялност към глобална марка, която неизменно присъства и на празничната трапеза, и във всички моменти, споделяни с приятели. От икономическа

гледна точка Системата на Кока-Кола у нас е значим инвеститор и работодател. Ние продължаваме да подпомагаме местните бизнеси - от доставчиците на суровини и услуги до всички наши клиенти на пазара. Изградихме силни отношения, подкрепяме активно развитието на индустрията и създадохме стабилна основа за растеж и иновации. Участваме активно в общественения живот и продължаваме да създаваме стойност в България.

- Какъв е социално-икономическият принос на Системата на Кока-Кола у нас през последната година?

- Резултатите са значими. Икономическият принос на Системата на Кока-Кола в България за 2024 г. възлиза на над 1,15 млрд. лв. добавена стойност, което представлява 0,6% от БВП на страната. Генерирали сме 502 млн. лв. данъчни приходи, равняващи се на почти 1% от общите постъпления в държавния бюджет. Сумата е съпоставима с около половината от публичните разходи за култура у нас или със средствата, необходими за годишното образование на близо 150 000 деца в предучилищна и начална възраст. Стоим и зад създаването на



Йордан Славов е търговски директор на Кока-Кола ХБК България от есента на 2024 г. Той е част от компанията от 2008 г., като през годините е заемал редица ръководни роли както с маркетингова насоченост, така и в направление продажби. Като директор „Ключови клиенти“ и „Регионален търговски директор“, Славов отбелязва впечатляващи постижения, сред които е най-високият резултат за ангажираност в региона и сериозен ръст на приходите в отдела за ключови клиенти. Като директор „Нови бизнеси - кафе и алкохолни напитки“, той и екипът му успешно лансират марките от портфолиото на Bacardi и затвърждават водещата позиция на водка Finlandia на българския пазар.

над 17 300 работни места, от които над 3 300 директни, а останалите - индиректни, в сектори като логистика, търговия, услуги. Допълнително през миналата година сме купили стоки и услуги от местни доставчици на стойност 236 млн. лв., което още веднъж доказва ангажираността ни към местната икономика.

- Компанията е особено чувствителна към темата за устойчивото развитие. Защо?

- Като най-големия производител на безалкохолни напитки в страната ясно съзнаваме нашето въздействие върху природата и върху обществото. За нас устойчивостта е морален и бизнес ангажимент към настоящето и към утрешния ден. Ще дам два примера. Програмата ни „Моят зелен град“ навършва пълнолетие и тази година стана на 18, като продължаваме да обединяваме хиляди доброволци в грижата към околната среда. От създаването на другата ни популярна инициатива - #YouthEmpowered, сме подкрепили над 31 000 младежи в подготовката им за успешен карьерен старт. Така инвестираме в бъдещето на България и на хората в нея.

- 100% енергия от възобновяеми източници в заводите ви в Костинброд и Банкя, зелен автопарк, внедряване на енергийно ефективни хладилни витрини, подкрепа за въ-

веждането на депозитната система у нас - всичко това е свързано с огромни инвестиции. Как се измерва тяхната възвръщаемост?

- Възвръщаемостта от инвестициите в устойчивост не се измерва само в числа, а в доверието на потребителите, в мотивацията и в дългосрочната конкурентоспособност. С реални действия и устойчиви решения поемаме активна роля в справянето с глобалните предизвикателства. С подкрепата ни като част от индустрията за въвеждането на депозитната система и модела „от бутилка в бутилка“ даваме пример за стратегическа инвестиция в устойчиво бъдеще.

- Вие сте търговски директор от октомври 2024 г. Твърдите, че бизнесът е бягане с препятствия. Какви са най-големите препятствия, които вас не ви спреха? Как ги преодолявате?

- Най-голямото препятствие е човек да разчита правилните сигнали, независимо от страничния шум. Това умение внася ред и сплотява целия екип около ключовите цели и това, което движи бизнеса напред. За мен трудностите не са спирачки, а възможност да ставаме все по-добри.

- В какво е търговската сила на Кока-Кола и как нейните основни продукти са добре познати на все-

- Всеки ден посещаваме хиляди търговски обекти във всички търговски канали, а силата ни е в способността да превръщаме обратната връзка на нашите клиенти и партньори в конкретни действия. Ние не просто доставяме 24/7 портфолио, което да задоволи широката гама от предпочитания на потребителите - стремим се да създаваме стойност чрез партньорство, гъвкавост и разбиране на всеки клиент.

- Как вдъхновявате търговския екип, за да постига все по-високи резултати?

- Стоя близо до екипа и намирам време да съм с колегите на тяхното работно място - на пазара. Така чувам различните гледни точки и „сверявам часовника си“ дали стратегиите ни са разбрани и прилагани. Анализираме резултатите, търсим нови възможности и като едно семейство отбелязваме успехите. Вдъхновението идва не само от целите, а и от усещането, че сме заедно по пътя към тях.

- Какъв мост ще хвърлите към следващите 60 години на Кока-Кола в България?

- Кока-Кола стъпва за първи път в Източния блок преди 60 години, именно в страната ни. Сигурен съм, че нашите марки ще са тук и след 60 години ще продължават да освежават хората. ☺



Явор Стефанов, генерален директор на Кока-Кола ХБК България, и Бошко Попесков, изпълнителен директор на Кока-Кола България, на събитието за 60-годишнината

Архив Кока-Кола ХБК България

МОСТ МЕЖДУ университета и бизнеса

NET-ZERO LAB
РАБОТИ ЗА
ПРЕВРЪЩАНЕТО
НА КЛИМАТИЧНАТА
НЕУТРАЛНОСТ В
РЕАЛНОСТ

Яна Колева

Климатичната неутралност е глобален приоритет, който обединява усилията на държави, бизнеси и общества за намаляване на въглеродните емисии и смекчаване на климатичните промени. В Европейския съюз стремежът към климатична неутралност до 2050 г. стимулира иновации в зелени технологии и устойчиви практики,

които служат като модел за останалата част от света. Все по-очевидна е необходимостта от колективни действия за опазване на планетата и осигуряване на устойчиво бъдеще за следващите поколения. България също е част от този процес.

В търсене на решения

Net-Zero Lab е научноизследователско звено към Стопанския факултет на СУ „Св. Климент Охридски“, което работи за превръщането на климатичната неутралност в реалност. Фокусът на лабораторията е в търсенето на технологични решения в енергийния и индустриалния сектор, необходими за постигане на нулеви емисии; разработване на инструменти за подпомагане на вземането на решения - регионални технологични пътни карти, индекси и карти с резултати, предназначени да улеснят прехода към устойчивост и да намалят въглеродния отпечатък. Лабораторията извършва приложни изследвания в областта на социалната промяна, включително оценка на нуждите от човешки ресурси за устойчиво бъдеще, насърчаване на социалните партньорства и публична подкрепа за постигане на значителни резултати. Това разказва д-р Мария Трифонова, зам.-директор на Net-Zero Lab. От ноември 2024 г. лабораторията е асоцииран член на European Energy Research Alliance (EERA), което ѝ осигурява достъп до водещи европейски изследователски програми и разширява възможностите за съвместни проекти.

Партньорство

„Аурубис България“ и Net-Zero Lab работят в партньорство, което е ключов елемент за декарбонизацията на българската индустрия. „Аурубис“ е първата голяма производствена компания у нас, която

публично обяви корпоративна цел за въглеродна неутралност и я подкрепи с инвестиционна програма за над 800 млн. лв. Съвместните усилия са насочени към ускоряване на този преход чрез инициативи, образователни програми и техно-икономически анализи, които очертават най-ефективните пътища за намаляване на емисиите. В Net-Zero Lab вярват, че с ясна цел, добър план и целенасочени инвестиции нулевите емисии са напълно постижими, точно както насърчава и новата рамка на ЕС за чисти технологии.

Какво се прави

Най-новата европейска рамка за чисти технологии поставя конкретни ориентири: Net-Zero Industry Act (Законодателният акт за промишленост с нулеви нетни емисии) цели най-късно до 2030 г. поне 40 % от стратегическите зелени технологии - соларни панели, батерии - да се произвеждат в ЕС, а Critical Raw Materials Act (Законодателният акт за суровините от критично значение) изисква ключови суровини като манган, редкоземни елементи, барит и цинк да се добиват и преработват в съюза. Точно върху тази пресечна точка между политика и практика стъпва изследването на Net-Zero Lab „Raw Materials, Critical Choices“ (Суровини, критични избори). В него екипът картографира най-перспективните български находища на въпросните метали и показва как устойчивото им разработване може да вкара страната във веригите за батерии и високотехнологични продукти, които ЕС ще подкрепя. Във финансов аспект пролетният пакт на Европейския семестър 2025 предлага държавите да отделят поне 1,5 % от своя БВП годишно за „зелени“ инвестиции - така политическите приоритети получават и бюджетно покритие.

Практически стъпки

Докладът „Flexibility Assessment of the Bulgarian Power Grid 2030“ (Оценка на гъвкавостта на българската електроенергийна мрежа до 2030 г.)

подчертава нуждата от батерийно съхранение и по-гъвкава консумация при големите потребители, за да се интегрират надеждно нарастващите количества слънчева и вятърна енергия и да се избегне излишно изключване на „зелен“ ток. Първите практически стъпки вече са факт. В Ловеч влезе в експлоатация най-голямата стационарна батерия в ЕС - демонстрация как модерното съхранение стабилизира мрежата и създава място за още възобновяеми мощности. В транспорта договорът за 35 електрически влака Coradia Stream ще намали въглеродния отпечатък на железниците с около 30%, а новата програма „Зелени кредити“ на Българската банка за развитие дава на малкия и средния бизнес достъпно финансиране за енергийна ефективност и ВЕИ.

Ползи

Net-Zero Lab подпомага както индустрията, така и институциите да извлекат максимална полза от тези възможности, превръщайки амбициозните политики в проекти, които движат българската икономика към климатична неутралност. Целта е страната да изгради конкурентно предимство в нисковъглеродната ера, а обществото да се възползва от по-чиста, по-сигурна и по-достъпна енергия. ○



Климатичната неутралност не е утопия, а все по-реалистична цел, към която вървим с НАУКА, ТЕХНОЛОГИИ И СМЕЛОСТ.

Д-р Мария Трифонова

Проекти в действие

- Обучителна кампания „Осведомен потребителски избор“
- Обучителна кампания „Знания за климатичните промени“
- Менторска програма и вдъхновяващи лекции в подкрепа на женското предприемачество в енергетиката
- Изследователски проект „Дигитални решения за гъвкава и устойчива енергийна система“
- Анализ „Изпълнение на плана за стратегически енергийни технологии и иновационните усилия на българските компании в областта на зелените технологии“
- Изследователски проект „Трансформационни пътища на българската химическа индустрия“
- Подпомагане на енергийни общности в България
- Международна академия за морски възобновяеми енергийни източници



Окото на урагана

Д-р Вихрен Митев за климатичните промени и изчерпаемите ресурси на Земята

Тони Григорова

Лятото на 2025-а. Нидерландия. Близко 40 градуса. Стари конюшни и хамбари са преустроени в летен лагер, разположен в гориста местност. Телефоните прегриват и не може да бъдат напълно заредени. Нулево желание за консумация и за

пътуване. Участниците в лагера споделят колко нетипични са такива жеги за тези географски ширини, както са и снеговалежите в Южна Аржентина по същото време... Това е от лично преживяване на д-р Вихрен Митев, посланик на Европейския климатичен пакт. С него говорим за климатичните промени и

устойчивото развитие, за човешките дейности, които иде ред да бъдат преосмислени. В заедност. И с информираност:

Светът е взаимосвързан. Увеличи се скоростта, с която човечеството се развива. Хората искат всичко да се случва веднага. Загубена е границата между това какво може

Практики за устойчивост с МанЕко

Сега за първи път е в ход програмата за социално предприемачество, която върви от пролетта на тази година в България и носи името „Награда за социално въздействие“. Неин двигател е „Екологичен манифест - МанЕко“. Замисълът е млади хора да развиват идеи с кауза из цялата страна. Жури преценява кои отбори имат потенциал за развитие. Избраните влизат във фаза на инкубация и работят с ментори с различни профили. Те доразвиват идеята си и правят видео. Три отбора на финала получават награда от 1500 евро, за да се насърчи тяхната крачка към реализацията. „Тази програма ни отвежда в околото на урагана на новите възможности отвъд статуквото“, коментира д-р Митев. При наличието на финансираци

организации инициативата ще се разгърне и през следващата година ще даде още по-добри резултати, от които и компаниите ще може да се възползват. Целта е да се създават устойчиви практики и по-високо качество на живот не само в големите, но и в малките населени места.

От 2022 г. „Екологичен манифест - МанЕко“ си партнира с местни организации за провеждането на интерактивните уъркшопи „Климатична фреска“, за които е сертифициран представител. „Климатична фреска“ е отборна игра с 42 карти, всяка от които обяснява фактор за изменението на климата и е в причинно-следствена връзка с всички останали. Всеки уъркшоп включва четири части - отборна игра с карти, презентация по те-

мата за климатичните промени, дискусия и генериране на идеи за справяне с последиците от климатичните изменения. Чрез играта участниците преминават през увлекателен процес, който ги насърчава да предложат възможни решения за излизане от създадената игрова криза. Уъркшопът разкрива ниши за действие във всяка професионална област и ангажира към предприемането на лични мерки за справяне с климатичните промени. При интерес от бизнеса МанЕко има готовност да направи работилници, съобразени и с конкретните нужди на дадена компания. Подготвени са различни фрески, например за текстила, за биоразнообразието и кръговата икономика, за земеделието, за води, гори и планини.

да си позволим и кое е редно да си позволим. Има бизнеси, които гонят повече продажби с ниска устойчивост във времето на техните продукти. Но има и обратен тренд, което обаче не е масово явление. Например, сравнително скорошната политика в Швеция да се насърчава отварянето на малки работилнички за поправка на предмети от бита. В Белгия са подарявани кокошки с цел намаляването на хранителните отпадъци, което пък води до данъчни облекчения - с оглед намаляването на метановите емисии.

Климатичните промени умножават всички съществуващи заплахи

Човешката дейност дава отражение върху глобалното затопляне. Като цел за човечеството на преден план излиза редуцирането на въглеродни емисии и метан. Ресурсите на планетата са изчерпаеми и е време бизнесите да преосмислят преследването на печалби, като се фокусират само върху

обслужването на конкретни нужди. Дошъл е моментът в диалог да започне да се създава обща визия за бъдещето. Но често в такива формати хората казват, че другите са виновни и те трябва да направят нещо. Гражданите също имат силата да повлияят на бизнеса, като може и в личен план да предприемат действия, които да променят общата картина.

Да кажат НЕ

на онзи бизнес, който говори за устойчивост, но отново е взрян в печалбата, а не в позитивния ефект, който се е заел да управлява. Време е да насърчим развитието на производства в България, вместо, покланяйки се на икономическите закони и личната изгода, щом нещо вносно е по-евтино, само заради цената, да го предпочитаме пред онова, което се прави у нас. Това е загуба на възможности за страната. Устойчивото развитие е нашето бъдеще заедно, което е щадящо природата и прави България по-добро място за живеене. ☺



Д-р Вихрен Митев е основател и директор на фондация „Екологичен манифест - МанЕко“, създадена в началото на 2018 г. Нейната мисия е да повиши информираността по теми, свързани с климатичните промени, да създава устойчиви общности, а също и да преведе научното познание на разбираем език - чрез визуални изкуства, игрови подходи и креативни дейности. Заниманията с философска антропология от 2015 г. насам насочват вниманието на д-р Митев към въпроса как максимално да се разгърне потенциалът на всяка личност. Мирът, сигурността и екологията за него са теми от първостепенна важност.



Икономика на ДЪЛГОЛЕТИЕТО

▲ Мая Цанева

„Кой иска да живее вечно?“ – ако това ви звучи повече от строфа от известна песен на Queen, то навярно знаете, че отговорът на въпроса вече не е философски, а е част от усилията на една огромна индустрия – на дълголетие (longevity). А тя се превръща в реална инвестиция не само в здраве и благоденствие.

До 2050 г. се очаква броят на хората на възраст 60 и повече години да се удвои – до 2,1 милиарда в световен мащаб. В Европа средната възраст е около 50 г., политиките и инвестициите в заетост в зряла и сребърна възраст се увеличават, пенсионната

възраст става по-висока. Тази демографска промяна оказва огромно напрежение върху системите за здравеопазване и осигуряване, като същевременно отваря възможности за иновативни решения, насочени към дълголетие.

Размерът на глобалния пазар на дълголетие се очаква да нарасне до 63 млрд. щатски долара до 2035 г. Темпът на растеж се очаква да бъде около 10,37% през прогнозния период (2025-2035 г.). Това се дължи на пробиви в терапиите на възрастови заболявания, технологиите за благосъстояние и повишеното потребителско търсене на решения за удължаване на живота.

Говорим не само за биохакинг и уелнес

индустрия. Стойността на уелнес туризма, по-широка категория, която включва и туризма за дълголетие, се очаква да достигне 1,3 трилиона щ. долара през 2025 г. Превантивните здравни решения, устройства за проследяване на показатели, генетични тестове и интервенции срещу стареене, базирани на храненето, са достъпни за потребители със средни доходи на масовия пазар.

България, пример в Европа с дълголетниците си, влиза смело в тази иновативна индустрия.

Четирима предприемачи – проф. Милена Георгиева, съосновател и главен научен директор на EPIX.AI (високотехнологична компания, съчетаваща наука с изкуствен интелект, за персонализирани решения срещу остаряването), Илиян Григоров, основател на Blue Longevity Clinics, и Иван Начев и Слав Славов, съоснователи на стартова за производство на вани за студено потапяне, разказват за скока си в икономиката на дълголетие.

Илиян Григоров: Отрастъл с потенциал да е №1

Blue Longevity е основана с идеята да развива клиники по дълголетие в Средиземноморието (Атина, Истанбул и София). Има редица предпоставки такива клиники да са в този регион, а не в Швейцария, Сингапур или Обединените арабски емирства, които са водещи в тази сфера. В основата на дълголетие стои начин на живот, който се базира на чиста и здравословна храна, естествено движение, които са характерни за средиземноморските страни. Интересно е, че Турция разработва такава политика и иска да се превърне в световна дестинация за дълголетие. Обмисля да приеме законодателство за либерализиране на режима петзвездни хотели да откриват клиники по дълголетие.

Много се говори и пише за медицината на дълголетие, но няма създаден модел еталон за клиника по дълголетие. Такава, която включва диагностика, модели за поведенческа промяна и терапевтични модалности. Още по-малко клиника, която е дигитализирала пътя и преживяването на клиентите. Затова решихме да стартираме клиника, които да се превърнат в глобален модел. Като повечето компании в ранна фаза, финансираме бизнеса със собствени средства както на основателите, така и на нашите партньори институционални инвеститори – Eleven, Sofia Ventures и още два семейни инвестиционни фонда.

Растеж

Цялата философия на дълголетие се набира популярност. Хората се обръщат към практики и аспекти от начина на живот, които могат да се случват в медицински заведения, хотели, ритрийти, както и в дома. Пазарът е гигантски. Някои анализатори смятат, че дълголетие може да се превърне в най-големия икономически отрасъл. Що се отнася до нашата целева група, тя се увеличава с дни. Когато започвахме, смятахме, че тази клиентска група са хората от 40 до 60 г., които имат осъзнато отношение към здравето и начина си на живот. Но интересът започва още от средата на 20-те години.



Илиян Григоров е основател и главен изпълнителен директор на Blue Longevity Clinics, доставчик на услуги в областта на медицината за дълголетие в Югоизточна Европа. Преди това основава Blocks Care, водещата платформа за дългосрочни грижи и рехабилитация в Югоизточна Европа, както и City Clinic в България

Прегизвикателства

Най-голямото прегизвикателство са хората, човешкият фактор. И това, че индустрията е нова. Много от практиките, за които се говори, са тествани само в лабораторни условия. Транслирането на научните иновации в реална медицинска практика ще е голямо прегизвикателство.

Поради влошаващата се демография Европа е много привлекателен пазар за икономиката на дълголетие. Южната част на Европа е тази, където има хилядолетни практики и примери за дълголетие. Затова тя е в нашия фокус и предстои откриване на три клиники до края на годината, въвеждане на нови медицински практики за тази част на света, утвърждаването му като световен доставчик в областта на дълголетие.

БЪЛГАРИЯ
НАВЛИЗА
СМЕЛО В
ТАЗИ ИНДУСТРИЯ С
ЕКСПОНЕНЦИАЛЕН
РАСТЕЖ В
СВЕТОВЕН МАЩАБ

Проф. Милена Георгиева: Нужна е национална стратегия

Едва в края на XX и началото на XXI век започнахме да разбираме човешката наследственост, натрупавме солидни научни данни, че биологичното стареене е програмиран и до голяма степен подлежащ на контрол биологичен механизъм. Това начерта нови парадигми в науката за остаряването и отвори големи възможности в света на превантивната медицина и медицината на дълголетието. И тук бързото развитие на геномиката, биоинформатиката и изкуствения интелект (ИИ) дадоха възможност за количествено измерване, прогнозиране и потенциална корекция на биологичната възраст. Това създаде основата на т.нар. икономика на дълголетието - нов мултидисциплинарен сектор, който обединява биотехнологии, генетика, епигенетика, персонализирана медицина и регенеративни подходи с цел поддържане и подобряване на здравето в напреднала възраст.

Европа заема важно, но все още развиващо се място на картата на икономиката на дълголетието. Разполагаме със силна научна база, регулаторна зрялост и дълга традиция в общественото здраве, но често изоставаме в темповете на комерсиализация и инвестиции спрямо САЩ и Азия.

Да останеш млад

биологично и функционално - е въпрос на информиран избор, постоянство и достъп до иновативни, научно обосновани технологии. Най-мощните

инструменти като качествен сън, епигенетично-информирано хранене (храната носи и информация за това как да работят гените), движение, редовно проследяване на биомаркери и управление на стреса, са приложими на индивидуално ниво.

Социалната добавена стойност

на дълголетието е огромна: по-дълъг здравословен живот означава по-малко хронични заболявания, по-нисък натиск върху здравните системи, по-активни възрастни хора, които могат да бъдат създатели и двигатели на стойност дълго след пенсия. Това е инвестиция в устойчиво общество, където възрастта не е граница, а ресурс.

У нас

В България се очертават първи пробиви и обещаващи модели. Тук икономиката на дълголетието е млада, но органично свързана с локалната експертиза в сфери като молекулярна биология, генетика, епигенетика, биоинформатика, фармация, технологични иновации и ИИ. Разполагаме с много силен научен потенциал, международни колаборации, но все още липсва добре изградена инфраструктура, която да свързва лабораторията с пазара. Все пак вече има примери за активни колаборации, стартирани като EPIX.AI, които се раждат от най-модерните развития в науката за дълголетието и се подхранват от бизнес мислене.



Проф. Милена Георгиева е професор по молекулярна биология към Лаборатория по молекулярна генетика, епигенетика и дълголетие към Институт по молекулярна биология, БАН. Тя е един от основателите и главен научен директор на иновативния стартап EPIX.AI, който разработва иновативен подход за забавяне на стареенето. Съосновател и председател на Българското дружество по дълголетие

За съжаление, настоящата регулаторна рамка все още не прави ясно разграничение между превантивни и терапевтични иновации. Това възпрепятства развитието на превенцията и води до разочароващи резултати, отразени в намалената продължителност на живота на възрастното население. Бизнес средите продължават да се колебаят в инвестициите си в тази сфера. Въпреки това постепенно се формира общност от учени, предприемачи, лекари и визионери, които вярват, че превенцията на биологичното остаряване и свързаните с него заболявания е ключ към дългосрочни инвестиции и устойчиво благоденствие.

Следващата вълна в дълголетието ще бъде свързана с налагането на научно валидиран системен подход, не просто единични терапии или добавки, а интегрирани платформи, които съчетават комплексни биохимични, генетични и епигенетични данни. Време е дълголетието да стане част от националната здравна, икономическа и образователна стратегия.

Иван Начев и Слав Славов: България може да е производствен хъб

Идеята за ваните за легени бани се роди от личен опит. Двамата сме сериозни предприемачи в сферата на хранителни продукти, производство, добавки, здравословно хранене, активно практикуваме студено потапяне - не просто като тренд, а като инструмент за физическо и психическо възстановяване. Установихме, че на българския и европейския пазар липсва продукт, който да съчетава добър дизайн, достъпност, лесна инсталация и технологична надеждност. Прототипът създадохме с метод на обратно инженерство - разглобихме съществуващи решения и ги комбинирахме с нашите идеи за функционалност, по-добра изолация, по-интуитивен контрол на температурата и модерен индустриален дизайн. Създадохме първоначалния модел в един гараж, а след това вложихме средства в разработката на по-устойчиво и модерно производство. Стартирахме с лични спестявания. Това ни даде свобода да изградим продукта без външен натиск.

Пазарът на студено потапяне се разширява бързо с възхода на уелнес индустрията и икономиката на дъл-

голетието. В САЩ и Северна Европа тази тенденция е утвърдена, а в Югоизточна Европа навлиза с огромен потенциал. Нашите клиенти варират - от частни лица, които искат студена вана в дома или вилата си, до фитнеси, спа и уелнес центрове. Работим и с физиотерапевтични практики и професионални спортисти.

Препятствия

Най-голямото предизвикателство е да образоваш пазара - да покажеш, че това не е мимолетен тренд, а реален инструмент за здраве и дълголетие. И хората да научат за какво служи и как се ползва една такава вана. Голям успех за нас беше първата продажба извън България - това ни даде увереност, че продуктът е конкурентен. По отношение на бизнес средата - в България все още няма силно изградена общност в уелнес сектора, но има все повече хора с предприемачески дух, отворени към сътрудничество, особено в нишовите сфери като нашата. Конкуренцията е все още предимно междунационална.

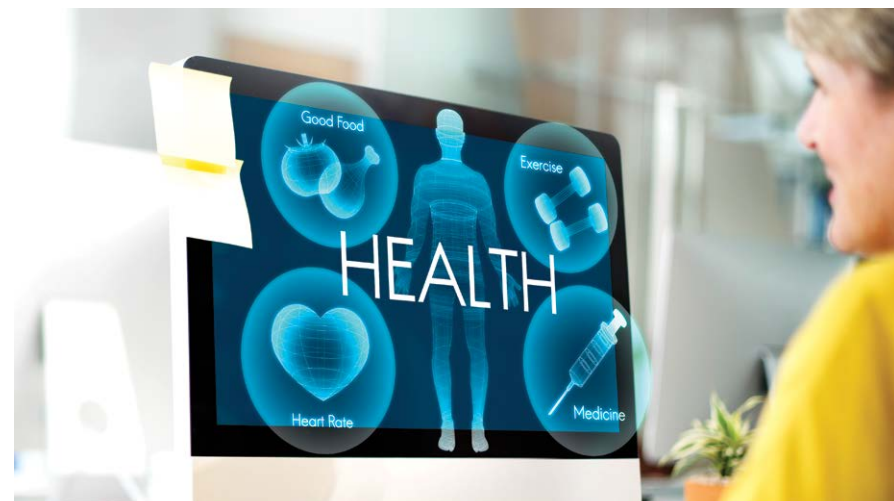
Пазар

В Европа пазарът е в напреднала фаза на осъзнаване, но в ранна фаза на комерсиализация - перфектната среда за иновации. Руск винаги има, особено когато се налага нова култура на използване. Възможностите са реални: има растяща нужда от продукти, които съчетават уелнес, устойчивост и технологичност. България може да стане производствен хъб, а вече виждаме интерес към аутсорсинг на технологични решения от по-зрели пазари. Планираме разширение на продуктовата линия с нови модели легени вани. Започваме износ към Германия, Румъния и Австрия. Планираме и B2B партньорства с уелнес вериги.

Нужни са държавни политики за подкрепа на иновации в здравеопазването и превенцията. И признание, че дълголетието не е само въпрос на лечение, а на навици и среда. Би било полезно да се насърчават пилотни програми за термална терапия в общински здравни центрове или да се улеснят инвестициите в локални производители в тази ниша. 10



Иван Начев (вляво) е сериен предприемач и със Слав Славов са съоснователи на Temperd - стартап за производство на премиум вана за студено потапяне, или „ледена вана“ по метода Вин Хоф



НА ПАЗАР в социалната мрежа

Мая Цанева

Липсва ли ви пазаруването на живо? Преживяването, споделянето? Ако да, то шопингът в социалните медии ще ви върне тръпката, независимо дали сте търговец или потребител. Социалната търговия, при която купувачите кликват в самата социална платформа върху линкове, пренасочващи към страницата на продавача с опции за покупка, тръзва от Китай и достига Европа, макар и със забавени темпове.

Водещият пазар в тази тенденция (от англ. social commerce) е Китай, където се очаква пазарът на социалната търговия да достигне 537,29 млрд. долара през 2025 г. Това, което се случва там в аналозите на Instagram

ПРОДАЖБИТЕ ДИРЕКТНО В СОЦИАЛНИТЕ ПЛАТФОРМИ НАБИРАТ ОГРОМНА СКОРОСТ, А БРАНДОВЕТЕ ЗАЛАГАТ НА АВТЕНТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ И ИИ МАРКЕТИНГ

и TikTok - превръщането им в лидери на интегрирането на социалните взаимодействия и онлайн пазаруването, се пренася и в Европа и Северна Америка, пише Globenewswire.com.

Накрайно казано: новата тенденция насърчава бизнеса да следи предпочитанията на потребителите и използва технологичните постижения, за да поддържа конкурентоспособността си в

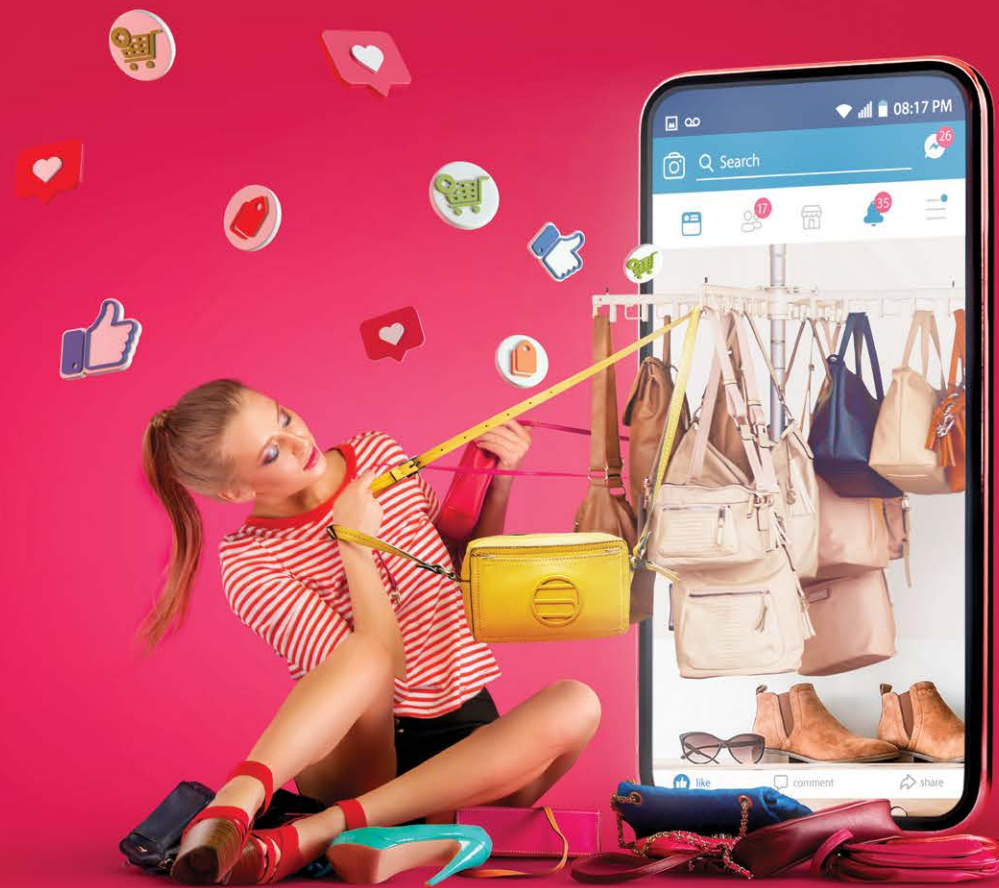
„жива“ среда, в която има взаимодействие в реално време. Социалната търговия се превръща в масова практика, а т.нар. Live shopping събития се правят дори на публични места, от улични търговци. Появата на търговията на живо и възходът на платформи като Temu и Shein отразяват динамичната природа на този пазар. Макар че двете платформи не са желани в Европа, сянката им е дълга, но като подход Старият континент е значително по-консервативен и все още доминират т.нар. маркетплейс платформи. Но и в тях изкуственият интелект (ИИ) се превръща в ценен помощник. Но и предизвикателство.

Според The MikMak Shopping Index 2024, цитиран от Ecommercebridge.com, Обединеното кралство е лидер в Европа по приходи от социална търговия и

брой потребители. Германия и Франция следват по отношение на генерираните приходи, а се очаква Испания да стане лидер по брой потребители до 2027 г. Платформите на Meta са водещи по посещения в социалната търговия за мултиканални марки в Обединеното кралство, Франция и Испания, като Facebook и Instagram са сред първите три платформи по кликове с намерение за покупка. TikTok и YouTube са нови претенденти на определени пазари. С интегрирането на изкуствения интелект (ИИ) в тях потребителят получава всичко в една платформа, един пазар „на живо“.

Ако това е пътят към портфейла и сърцето на потребителя чрез е-търговия, то пътуването до тях е все по-натоварено и интересно.

Как се случва и какво съдържание и опаковка продават най-добре, попитахме трима експерти в е-търговията и в онлайн маркетинга.



Д-р Никола Илчев: Клиентът

Вниманието на хората вече не е в традиционните търсачки, а в скролването. Пречупено през перспективата на електронната търговия, социалните мрежи се превърнаха от място за съдържание в място за откриване, сравняване и покупка.

Клиентът в социалната търговия диктува правилата. Ако бизнесът/брендът не е автентичен, с бърза реакция, ясни правила и добро следпродажбено обслужване, клиентът не само няма да купи, а ще реагира в социалната мрежа и може да навреди сериозно на репутацията на бранда. Социалната търговия, при която в Китай

напускат, се превръща в масова практика и трансформира потребителските навици. В Европа моделът се адаптира по-бавно и често включва пренасочване към външен сайт на търговеца, където се финализира покупката.

В Китай огромен процент от онлайн търговията минава през социални платформи. Douyin (китайската TikTok), WeChat и различните приложения на Alibaba Group буквално диктуват потребителско поведение. Там брандовете инвестират в създатели на съдържание, микроинфлуенсери и live stream hosts не заради имидж, а защото продават реално и веднага.

Европа изостава

защото потребителят е по-недоверчив, платформите са по-фрагментирани

потребителите пазаруват директно

в самата социална платформа, без да я

диктува правилата

ни, а регулацията е по-тежка. За много бизнеси Instagram, Facebook и TikTok са основното място за достигане до нови клиенти и убеждаването им в качествата и полезността на продукта. На много пазари технологията позволява и сравнение с други подобни продукти и директна покупка. Въпрос на време е и при нас да е налична тази възможност.

TikTok се очертава като лидер по отношение на ангажираността на потребителите. TikTok Shop, за пазарите, на които е активен, съкращава пътя от съдържание до покупка до буквално няколко секунди. Instagram остава стабилен визуален канал, особено силен при луксозни и лайфстайл продукти. Facebook все още е изключително добър в Централна и Източна Европа, особено за аудитории 30+ и при по-големи

каталози. LinkedIn е силно подценяван канал, но работи изключително добре тогава, когато става дума за B2B продажби. Тези платформи печелят, защото съчетават внимание + вдъхновение + сигнали за доверие.

Търговците „пропагат“ в

обичайните канани

от прекаленото разчитане на една платформа, която може да промени алгоритъм или политика за 24 часа и това да доведе до загуба на позиции, през неефективно управление на инвентара, слабо обслужване на клиенти след продажба и, разбира се, капанът на „инфлуенсърската илюзия“, където се инвестира в лица, но не и в реална система за обслужване, логистика и fulfillment. Очаквам повече брандове да инвести-

рат в микрообщности и частни групи, вместо в скъпа масова реклама. Ерата на банерите приключи. Идва ерата на разговорната, вградената търговия.

Очакванията ми са свързани и с честото използване на различни формати на live shopping, особено от по-малки търговци, опитващи се да се открийт на силно конкурентния пазар. Ако TikTok Shop навлезе по-сериозно и в нашия регион, това ще доведе до сериозно разместване на пластове.

Другите важни тенденции, които не трябва да се пренебрегват, са персонализираното пазаруване, все по-широкото използване на ИИ агенти, подпомагащи процеса на покупка и все по-интензивна интеграция между маркетинг, логистика и обслужване на клиента, особено през мобилни приложения.



© Личен архив

Д-р Никола Илчев е експерт с над 15 г. опит в онлайн търговията и доказан принос към развитието на електронната търговия в региона. Създател и главен организатор на Balkan eCommerce Summit – едно от най-големите международни събития за е-търговия в региона

Александър Мансур: „Царят“ е достоверността

Изкуственият интелект (ИИ) много отдавна е стратегически фактор в рекламите в социалните мрежи. Алгоритмите на Meta следят и анализират потребителското поведение и препоръчват „правилните продукти на правилните хора в правилния момент“. Разбира се, това не е инструмент, върху който имаме контрол, а напротив - случва се автоматично.

Някои от новостите в рекламите в Meta са генериране на рекламни текстове и динамично раз местване на позициите им, автоматична смяна на фона на продуктови снимки, добавяне на различна музика, отнoвно спрямо потребителското поведение. Тези, както и други иновации, не изискват експертиза, а само опции, активирани с един клик. Дали правят рекламите ни по-успешни? Личното ми мнение е - не, ако знаем какво правим и - да, ако сме начинаещи и все още се учим.

Употребата на генеративните модели като Midjourney, DALL-E и Runway, и LLM (големите езикови модели) като ChatGPT, Gemini, DeepSeek и Perplexity, е масова. Но не всеки използва пълния им потенциал. Персонализирани ИИ агенти за различни цели водят с крачка пред останалите.

„Content is king“ (от англ. Съдържанието е цар) си остава закон, но истинската борба не е в количеството съдържание, а в качеството му. Днес „царят“ е достоверността. Печелившите търговци са тези, които съчетават съдържание с реална стойност и UGC. TikTok бие всички платформи и генерира продажби успешно, но само при качествено органично съдържание - т.е. публикувани видеа без рекламен бюджет. Meta и Google водят по продажби чрез платена реклама.

Крайните клиенти диктуват правилата чрез своите

очаквания, поведение, желания и обратна връзка. Пример за това е очакваната функционалност на ChatGPT за „препоръчани продукти“, което е практически маркетплейс. Желанието на потребителите да закупят продукта, който са избрали чрез проучване, проведено с ChatGPT директно в чата, е показател.

В България се наблюдава нарастващ интерес към ИИ в маркетинга и е-търговията - главно за генериране на съдържание, писане на блог статии и продуктови описания и автоматизация на клиентско обслужване, чрез ИИ агенти (чат ботове). В Европа и САЩ акцентът пада върху етичната употреба на ИИ и регулацията, като пример за това е как YouTube официално обяви, че каналите, публикуващи ИИ съдържание, няма да се монетизират.



© Личен архив

Александър Мансур е експерт в развитието на дигитални маркетинг стратегии, ИИ маркетинг с над 10 г. опит. Основател на eCommerce дигитална агенция Riscase Digital.

Петър Дяков: Всеки пазар изисква локални послания

През последните години платформи като Facebook, Instagram и YouTube направиха възможно бизнесите много лесно и бързо да рекламират своите продукти и услуги. Платформите разполагат с много данни за интересите и поведението на потребителите си. Алгоритмите им предлагат все повече съдържание, което по някакъв начин е интересно, забавно или образователно. Това води до прекарването на още повече време в социалните мрежи. Именно тази комбинация - лесно за консумиране съдържание и алгоритми, които го подбират според индивидуалните интереси, прави тези платформи толкова ефективни за реклама от страна на онлайн търговците.

Сред актуалните тенденции се откроява навлизането на кратките видеоформати и видеосъдържанието като цяло. Определено TikTok е новата изгряваща звезда и все повече онлайн търговци инвестират в създаване на съдържа-

ние за платформата. Все още има

рестрикции за български компании

да пускат директно реклами в TikTok. Но се очаква тези ограничения да отпадат и все повече онлайн търговци да отделят все по-големи бюджети за реклама там.

Социалните мрежи на Meta (Facebook и Instagram) остават предпочитаните маркетинг канали за онлайн търговците, защото рекламата там е лесна за пускане, достъпна и често дава много добри резултати. Но данните, които получаваме от платформите, бяха ограничени както от регулациите на Европейския съюз, така и от промените, въведени от Apple. В резултат значителна част от данните в платформи като Meta и Google вече не са толкова точни и подробни.

Но благодарение на данните, които



© Кристиан Романски

Петър Дяков е дигитален предприемач с над 15 г. опит в сферата на онлайн търговията и маркетинга. Управляващ партньор в дигиталната агенция SEOMAX, член на борда на RED Group Capital и съсобственик в GombaShop, DigitalPRO и STL

събират с времето, и на наблюдението на потребителското поведение, платформите постигат все по-добри резултати за бизнесите. Затова и все повече компании увеличават бюджетите си за дигитална реклама, основно в социалните мрежи. Това обаче води до покачване на цените - рекламата става все по-конкурентна и по-скъпа, включително и в България. Това е едно от

основните презизвикателства

за е-търговците през последните години.

Много брандове трябваше да се адаптират, като започнат да създават повече видеа, включително UGC - съдържание, генерирано от потребителите. То невинаги е професионално заснето или обработено, но неговата естественост и автентичност го правят по-въздействащо. Много компании пренасочиха част от бюджетите си към съдържание, което изглежда по-истинско и ангажира по-успешно аудиторията в социалните мрежи.

Въпреки че пазарите в ЕС споделят обща валута и регулации, всяка страна има своя език, култура и потребителски навици. Това изисква локализиране на маркетинг послания и адаптиране на кампании, защото една и съща реклама не работи еднакво добре във всички държави. ❶



AI БРАУЗЪРИТЕ бъдещето на уеб сърфирането

ИДВА ЛИ КРАЯТ НА СВОБОДНИЯ УЕБ И НАЧАЛОТО НА ЗАТВОРЕНИТЕ ЕКОСИСТЕМИ

✍ Мария Иванова

Представете си уеб браузър, който не просто отваря страници, а ви помага да работите по-бързо, да учите по-ефективно и да организирате лятната си ваканция без усилие. Няколко компании за изкуствен интелект вече работят в тази посока. В следващите редове ще опишем какви са предимствата на тези нови приложения за използване на интернет, но също и как те биха могли да застрашат съвременната отворена архитектура на глобалната мрежа.

AI-базираните уеб браузъри използват изкуствен интелект, за да подобрят функционалността си и да предложат нови възможности на потребителите. За разлика от традиционните браузъри, които са се променили много малко през последните десетилетия, тези нови инструменти са създадени, за да бъдат по-интелигентни и проактивни. Вместо просто да изпълняват команди, те все повече се превръщат в дигитални асистенти за хората.

AI-браузърите могат да разбират съдържанието на уеб страниците в дълбочина, да предоставят обобщения на дълги статии, да подчертават най-важната информация и да предоставят свързани данни, статистики и дефиниции. Много от тях предлагат проверка на граматиката и правописа, предложения за стил и тон на писане и други инструменти за подобряване на писмения текст. В добавка, някои вече могат да автоматизират повтарящи се задачи като попълване на формуляри, изтегляне на файлове или организиране на срещи.

За сметка на това обаче те вероятно ще намалят значително посещаването на сайтове, запазвайки трафика при себе си. А това ще се отрази негативно на милионите интернет предприемачи, собственици на блогове,

медици, онлайн магазини и други проекти в интернет.

Новите претенденти

Пазарът на AI браузъри се променя и докато гиганти като Google и Microsoft оборудват своите утвърдени приложения с изкуствен интелект, двама нови и амбициозни претендента - Comet на Perplexity и Aura на OpenAI - имат малко по-различен подход. Те не просто добавят AI, а го поставят в центъра на браузъра.

Comet

е част от ескалиращата напревара за усъвършенстване на т. нар. AI агенти. За разлика от стандартните чатботове като ChatGPT, при които потребителите задават въпрос и получават отговор, AI агентите са системи, които могат да вземат решения и да предприемат действия от тяхно име. Те изпращат заявки директно към браузъра, генерират нови такива на основа на потребителските навици и проак-

тивно взимат решения.

Какво означава това на практика? Comet може да научи рутината на потребителите и автоматично да поръча любимото им ястие или да резервира маса в предпочитания от тях ресторант. Изкуственият интелект, интегриран в браузъра, може също да помогне при задачи като кандидатстване за работа, купуване на грехи и резервация за фитнес. Разбира се, въпрос на време е тези предложения да бъдат обвързани с бизнеси и услуги, които плащат на съответната платформа, за да ни ги препоръча.

Друго предизвикателство пред проекта остава поверителността. Поради съображения за сигурност, Comet не може да достъпва и въвежда лична информация без човешка намеса. Например при опит за онлайн покупка, асистентът заявява, че не може да извърши трансакция директно, но може да помогне с проследяване на оферти или сравняване на продукти. Той може да добавя продукти в количката, но фи-

налната стъпка по плащането остава за потребителя. Подобна е ситуацията и при кандидатстване за работа - асистентът навигира до сайта, избира позиция и започва процеса, но потребителят трябва сам да влезе в профила си и да финализира кандидатурата.

Въпреки тези ограничения, Comet демонстрира впечатляващи способности. Засега обаче той е достъпен само за потребители с Perplexity Pro абонамент, който струва 200 долара на месец. От компанията обещава, че браузърът ще бъде разпространен сред повече потребители през есента и евентуално в бъдеще ще стане безплатен.

Perplexity не са сами в напреварата с AI агентите. В отговор на налагащите се тенденции, Google въвежда „режим на изкуствен интелект“ в своята търсачка и предлага асистента си Gemini като добавка в Chrome. Microsoft също интегрира AI в своя браузър Edge, а OpenAI разработва собствен AI-базиран уеб браузър, наречен според непотвърдени източници

Aura

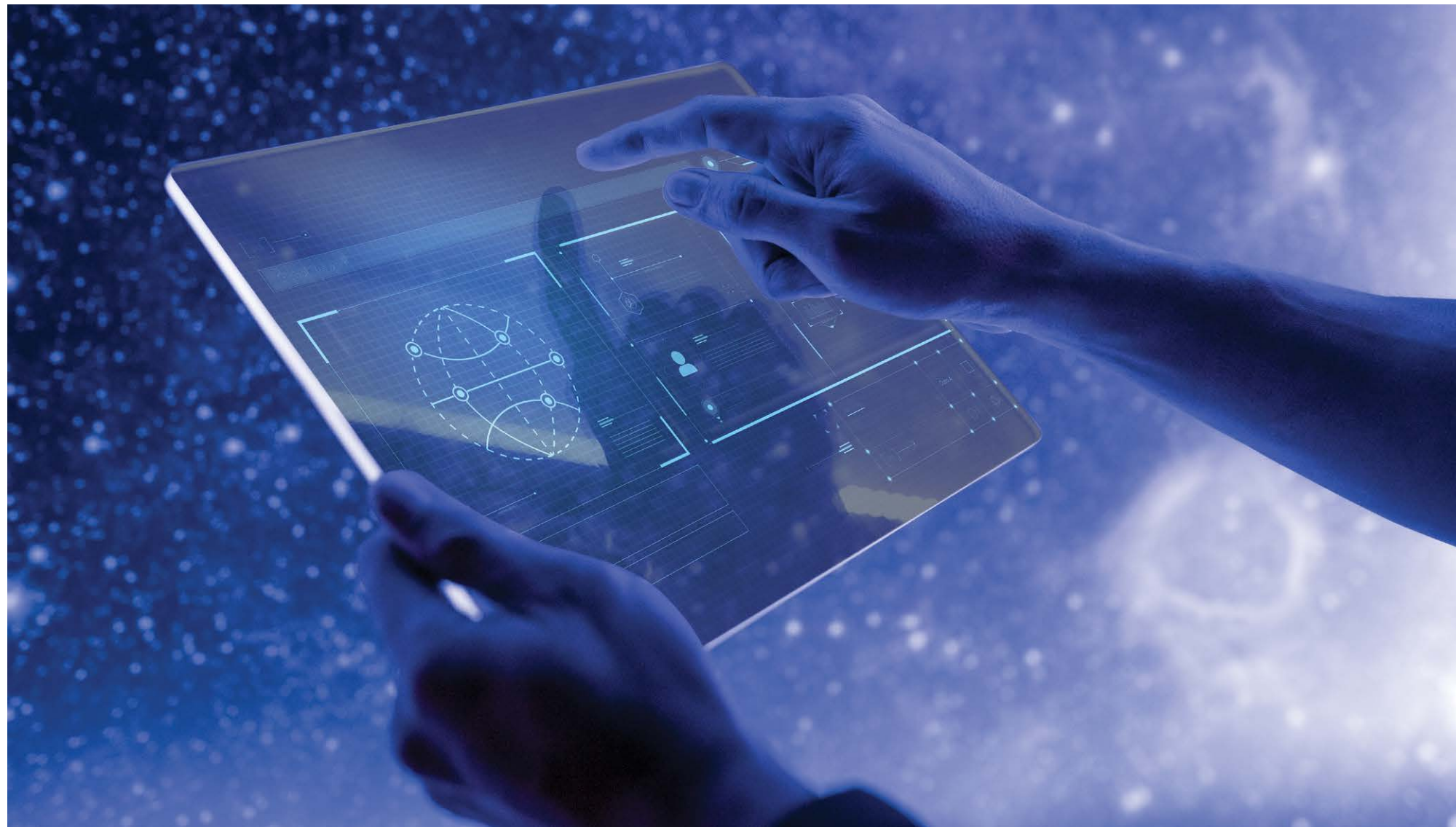
Макар все още да е обвит в мистерия, очакванията са Aura да не е просто браузър, а естествено продължение на ChatGPT, въградено в уеб сърфирането. Ако слуховете се окажат верни, това може да е най-значимата промяна в начина, по който взаимодействаме с информацията онлайн.

За разлика от конкурентите, които добавят AI като странична лента или асистент, визията за Aura е той да бъде изцяло разговорен. Така, вместо потребителите да кликат върху бутони и менюта, те ще водят диалог с браузъра. Според създателите му, той няма да е просто „агент“, който изпълнява задачи, а „творчески партньор“. Представете си как маркирате текст и няколко изображения от различни страници и казвате на Aura: „Създай ми кратка презентация по тази тема“. Или пък описвате идея за лого и браузърът я генерира в реално време с помощта на DALL-E.

Подходът на OpenAI представлява екзистенциална заплаха за бизнес модела на Google. Ако потребителите получават директни отговори, обобщения и дори готови продукти (като презентации или код) директно в браузъра, нуждата от преминаване през страница с резултати от търсенето (и рекламните линкове в нея) драстично намалява. Това е и причината Google да бърза да интегрира своя изкуствен интелект Gemini директно в Chrome и да експериментира с AI обобщения над резултатите от търсенето.

Интегрирането на AI агентите в браузърите може да промени представата ни за използване на интернет през следващите години. Това може значително да улесни потребителите, но заедно с това и да постави под въпрос отворения характер на глобалната мрежа. И да замени посещаването на огромен брой независими уеб сайтове - медици, блогове, портали, а в перспектива и онлайн магазини - с използването на няколко изкуствени интелекта.

През годините вече многократно сме ставали свидетели на опитите на няколко Big Tech компании да затворят потребителите в своите екосистеми. Но досега отвореният интернет винаги е бил достатъчно устойчива среда, за да им противодейства. Тепърва предстои да разберем дали именно AI агентите на ниво браузъри няма да променят тази тенденция. ⑩



Готов ли си да управляваш ПЕЧЕЛИВШ БИЗНЕС

✎ Георги Георгиев

Продължава кампанията „Отвори си efbet Пункт“, която започна в началото на март. Този проект дава възможност на предприемачи и хора със силен спортен и бизнес дух да станат част от букмейкърската мрежа на efbet Пункт и да развиват собствен бизнес в сферата на спортните залози. Ясен и прозрачен бизнес модел, подкрепен от дългогодишния опит на efbet на българския пазар - това е предимство. Всеки кандидат получава пълно съдействие от подготовката и отварянето на обекта до ежедневната оперативна дейност. Така се изгражда устойчивата партньорска мрежа, в която всеки пункт може да се развива успешно.

Изграждане на мрежата

Факт е, че мрежата на efbet Пункт вече обхваща множество локации в различни населени места в цялата страна и продължава да се разраства. Наблюдава се интерес от различни региони на страната и той е както от големи градове, така и от по-малки населени места. Така основният фокус на инициаторите на тази дейност остава качеството и устойчивостта на партньорството: „Нашата цел е не просто да увеличим броя на пунктовете, а да създадем мрежа от стабилни и успешно функциониращи обекти, които да отговарят на високите стандарти на марката и да предложат добавена стойност за партньорите и клиентите“.

Кой може да кандидатства

Възможността за откриване на собствен efbet Пункт е насочена

Продължава кампанията „Отвори си efbet Пункт“, която е насочена към предприемачи с интерес към спортните събития*

на към широка и разнообразна аудитория от потенциални бизнес партньори. Тя е подходяща както за хора, които тепърва търсят своя предприемачески импулс и желаят да започнат собствен бизнес с минимизиран риск, така и за вече утвърдени търговци, собственици на малки и средни бизнеси или инвеститори, които се оглеждат за нови възможности за развитие и допълнителен източник на доходи.

Стабилна основа

Откриването на собствен efbet Пункт е шанс за всеки, който търси работещ бизнес модел с реален потенциал за удовлетвореност. Проектът предлага ясни и прозрачни условия, гарантиращи стабилен приход под формата на атрактивни комисиони, изчислявани на база оборота на всеки пункт. Допълнително предимство е, че бизнесът е пряко свързан с разпознаваемото име efbet - лидер в сферата на спортните залози в България, което носи висока степен на доверие и интерес от страна на клиентите. Чрез партньорската програма органи-

заторите предоставят цялостна подкрепа - от обучение и административно съдействие до маркетинг инструменти и технологични решения. Всичко това с една цел: Да се създаде стабилна основа за успешен и устойчив бизнес в дългосрочен план.

Седем пъти меру

Народът е казал: Седем пъти меру, веднъж режи. Това е приложимо и в създаването на нов бизнес. Ето защо всеки кандидат, който проявява интерес към откриване на efbet Пункт, е добре предварително подробно да се запознае с условията и изискванията. Важно е да има ясна представа както за необходимите административни стъпки и документи, така и за принципа на работа и модела на комисионно възнаграждение, който efbet Пункт предлага. Нужно е кандидатите да са наясно със спецификите на спортните залози и с динамиката на тази индустрия - това ще им помогне да управляват ефективно своя пункт и да предлагат качествено обслужване на клиентите. Добрата оценка на потенциала на локацията, където желаят да развият своя обект, е важна за успеха. Екипът на efbet Пункт е готов да предостави цялостно съдействие на всеки бъдещ партньор, за да вземе информирано и обмислено решение.

Личен профил

От кандидатите да управляват собствен efbet Пункт се очаква преди всичко бизнес ориентирано мислене и желание за развитие. Важно е да притежават организационни умения, отговорност и готовност да следват установените стандарти за работа и обслужване. Добрата комуникация с клиенти и способнос-



та за изграждане на доверие също са важни качества за успешно управление на букмейкърски пункт. Кандидатите е добре да са ангажирани и активни в развитието на своя проект, като проявяват гъвкавост и адаптивност спрямо динамиката на пазара.

Очаквания към всеки собственик

Високи стандарти на работа и етика, които са в основата на доброто партньорство - това се очаква да спазва всеки собственик на букмейкърски пункт. Лоялността към бранда, както и отговорното отношение към клиентите и дейността са от съществено значение за изграждането на успешен и устойчив бизнес. Коректността, учтивостта и професионалното отно-

шение както към клиентите, така и към екипа, с който работи, са сред условията. Всеки собственик поема ангажимент да следи за спазването на установените процедури и правила, да осигурява високо ниво на обслужване и да поддържа доброто име на марката efbet Пункт.

Инвестиции

При стартирането на собствен efbet Пункт инвестицията е съобразена с нуждите и възможностите на кандидатите, а организаторите на инициативата предоставят пълна подкрепа за доброто начало на всеки партньор. Необходимият софтуер за управление на залозите се предоставя от efbet Пункт, осигуряват се рекламни материали и визуална идентичност за обекта, както и пълно обучение на кандидатите за

работа със системите и процесите. Тази подкрепа значително намалява риска и е истинско улеснение още в първите стъпки.

Притегателно място

На българския пазар има и други оператори с действащи пунктове, но efbet Пункт предлага редица предимства, които го отличават. Основният акцент е върху богатото разнообразие от спортни събития и пазари, достъпно във всеки пункт. Към момента само тук клиентите може да открият над 800 марката за водещи срещи, като тези от Шампионската лига, както и голямо разнообразие от нискоразредни първенства, включително Трета и Четвърта лига на България. Освен това се предлага ексклузивно съдържание от виртуални спортове

и допълнителни функционалности като Cash Out и Bet Builder, които осигуряват гъвкавост и динамика при залаганията.

За клиентите

Всеки клиент, който посети efbet Пункт, може да очаква цялостно и приятно изживяване. Атмосферата във всеки обект е създадена с внимание към детайла - оборудвани пространства, професионално обслужване и удобна локация, която да предлага комфорт и сигурност на клиентите. Към богатия избор от спортни събития и разнообразни опции за залози, efbet Пункт предлага и пълния набор от функционалности, които правят преживяването динамично и интерактивно - Cash Out, Bet Builder, Бонус Колонка и разнообразие от виртуални спортове. Всеки клиент може да разчита на прозрачни условия, не-

надминати коефициенти и високо ниво на обслужване.

Всички пунктове оперират напълно легално, в съответствие с изискванията на българското законодателство и регулаторните органи. В основата на тази дейност стои ангажиментът към отговорната игра и създаването на безопасна и контролирана среда за всички клиенти.

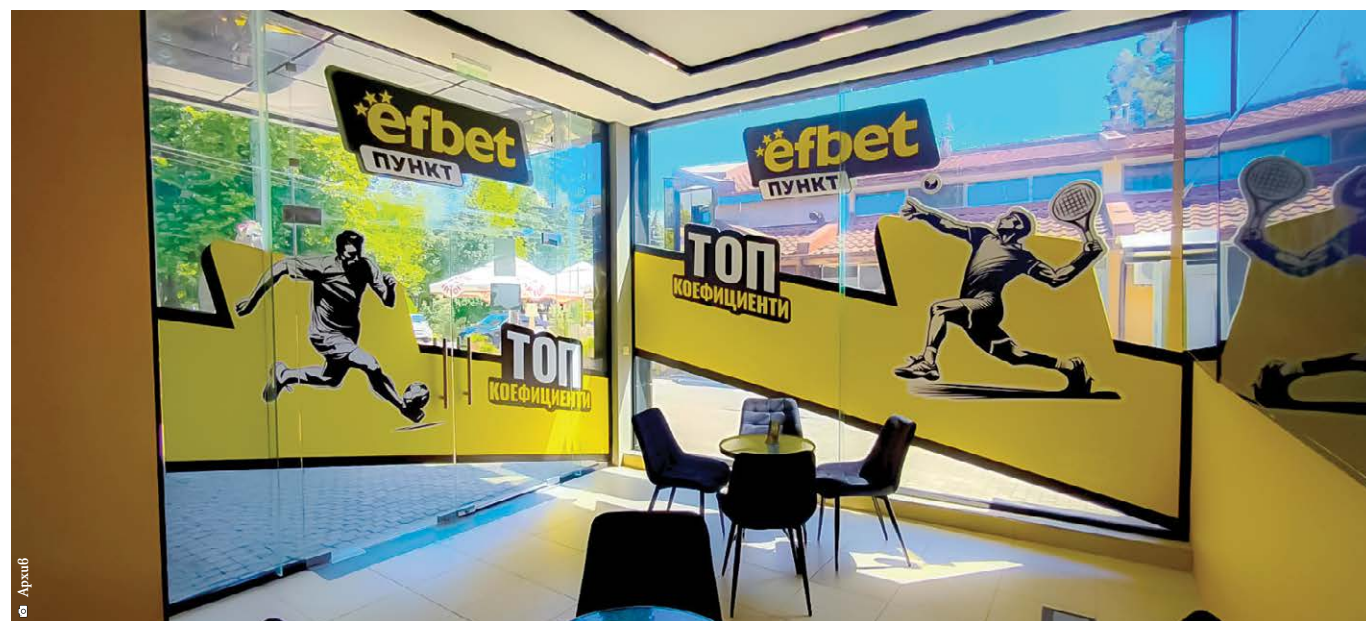
Само за забавление

Спортните залози са форма на забавление, а не средство за печалба или начин за справяне с лични предизвикателства - това се напомня на всички клиенти. Препоръката е играчите да се фокусират върху удоволствието от спортните събития и да използват залозите като допълнение към емоцията от играта, а не като основна цел. Важно е всеки да е отговорен към себе

си, да познава границите си и да играе с ясното съзнание, че залозите са забавление с финансов елемент, а не източник на гарантирани доходи.

В efbet Пункт вярват, че информираността и отговорното отношение са начинът спортните залози да останат в зоната на удоволствието, без да прерастват в зависимост. Ето защо насърчават клиентите си да играят разумно и да използват инструментите за самоконтрол - като лимити за депозити и времеви ограничения. Препоръчва се играчите редовно да си правят самооценка и да спрат да залагат, когато забележат у себе си вътрешно напрежение, вместо удоволствие.

*Материалът няма за цел да прикани към спортни залози, казино игри или онлайн бетинг. Всяка игра може да предизвика зависимост. Играйте само за удоволствие! ○



Утвърдената марка гарантира

- Прозрачни условия
- Безплатно техническо оборудване - букмейкърска конзола и периферни устройства
- Безплатно рекламно оформление на обекта
- Минимални изисквания към локацията - възможност за комбиниране с други бизнеси
- Бърза процедура по одобрение
- Комисионите се получават без забавяне
- Богат избор от спортове - от топ първенства до аматьорски лиги
- Ексклузивни виртуални игри, нови за нашия пазар
- Партньорство с утвърден бранд в индустрията



PRINT YOUR BRIGHT IDEAS



billboard

www.billboard.bg

България е в ТОП 3 на ЧЕРНИЯ ХАЙВЕР

В СТРАНАТА ОТ КРАЯ НА 90-ТЕ ГОДИНИ НАСАМ С МНОГО ИНВЕСТИЦИИ И ПОСТОЯНСТВО СЕ РАЗВИВАТ ЕСЕТРОВИ СТОПАНСТВА

Тони Григорова

Черният хайвер вече е достъпен деликатес. България е сред водещите европейски производители на черен хайвер и се конкурира успешно с традиционните лидери Франция и Италия. Българският хайвер е в ТОП 3 в света по оценка на корпорациите с над 100-годишна история в търговията с черен хайвер. Експертите на авторитетната компания в луксозните храни Petrossian поставят нашия хайвер на най-високо ниво.



Тази информация може да изненада повечето българи. Но това е добър повод да се обърне внимание на този продукт, произведен в нашата страна, тъй като без мита, такси и транспортни разходи той се консумира тук на най-добрата цена. „Хайверът ни е с 30-40% по-евтин от западноевропейския пазар“, твърди Емил Арабаджиев, председател на Асоциацията на търговците на черен хайвер в България.

Път

Емил и Младен Арабаджиеви са близници, родени в Тутракан, град на брега на река Дунав. През 1991 г. двамата създават компанията за мода „Денил“. Емил оформя характера и философията на марката, създават и първото електронно списание за дизайн, производство и продажби. Преди 15-ина години производството за европейския моден пазар започва да се променя и двамата вземат решение да се преориентират към друг бизнес. През 2013 г. приключват с модната дейност, готови за нови предизвикателства. „Модният бизнес ни донесе популярност, уважение, авторитет, добри доходи. Но когато перспективата е със затихващи функции, е добре да излезеш извън зоната си на комфорт и да се насочиш към нещо ново“, обяснява Емил Арабаджиев.

Златна възможност

В черния хайвер виждат златна възможност и се заемат да развият търговията с него. Създават сайт за електронна търговия на черен хайвер. Основават и Асоциацията на търговците на черен хайвер. Дватама се заемат с дигитализация на икономически процеси, а дейността с черен хайвер е пристан, който им носи емоции и предизвикателства. От деца знаят, че Дунав е била река със седем вида есетрови риби. И когато разбират колко голям производител на черен хайвер е станала България, не им е било трудно да изберат тази посока. Дватама братя са партньори и в този бизнес. АЕmillius caviar е брандът, под който работят. „С Младен сме вечно ООД“, шегува се Емил.

Престижен отрасъл

България е сред най-големите износители



ЧИСЛАТА ГОВОРЯТ

13% от теглото на рибата е нейният хайвер
15+ тона годишно е количеството, което се изнася
40+ есетрови стопанства в нашата страна
100+ са членовете на Асоциацията на търговците на черен хайвер в България

Намерете повод и опитайте от този най-ценен български продукт, за да имате свои впечатления, казват братята Емил (вляво) и Младен Арабаджиеви

в Европа. Това става благодарение на есетровите стопанства, първите от които са създадени преди 27-28 години. Те притежават технологията, развили са добри практики за отглеждане на рибата и за извличането на хайвера. Така се ражда нов отрасъл, роден от частната инициатива.

Есетровите стопанства се занимават с отглеждането на рибата и добиването на хайвера, с логистиката. Търговията изисква други умения. Над 40 са есетровите стопанства у нас, разположени около Монтана, Кърджали, Стара Загора, Пловдив, Варна, Бургас и на други места, където има подходящи водоеми. Първите ферми са създадени с помощта на специалисти от Франция. Постепенно се изграждат професионалисти, компетентни в отглеждането и мащабирането, съобразено с индивидуалните особености на всяко стопанство.

Търговията

„Приоритет на маркетинговите отдели е търговията, но те са скъпо удоволствие“, уверява Емил Арабаджиев. И добавя, че търговците са тези, които купуват от есетровите стопанства и продават хайвера, за да го направят достъпен и известен в цял свят, в това число и в България. Продажбите отговарят на търсенето на конкретните клиенти и създават ново търсене.

По думите на двамата братя Арабаджиеви търговията е времеемко занимание, което изисква и лично отношение. Те са в ролята на маркетингов

отдел за няколко есетрови стопанства. Търговците заявяват на производителите количествата, които ще купят, и после имат ангажимента да реализират продукцията.

Доверие

Арабаджиеви са приели като своя мисия популяризирането на черния хайвер на територията на нашата страна, но, разбира се, и по цял свят, където луксът е начин на живот. Екипът на АЕmillius Caviar се ползва с доверието на Негово Величество Симеон II и са получили неговата подкрепа и съгласие да използват личния му герб върху опаковките с хайвер от белуга, за да подобрят световната популярност на българската моруна.

Регулации и стандарти

Търговията с хайвер, за разлика от повечето други стоки, подлежи на строг разрешителен режим от Министерството на околната среда и водите. Това се дължи на факта, че есетровите риби са включени в списъка на застрашените от изчезване видове според Конвенцията за международната търговия със застрашени видове от дивата фауна и флора (CITES). Конвенцията е подписана във Вашингтон през 1973 г. и влиза в сила на 1 юли 1975 г. Без валиден CITES сертификат не може да се изнася черен хайвер. Но... хайверът, който се търгува днес, се добива изключително от риба, специално отгледана във ферми за тази цел. Съвременният бизнес с черен хайвер е основан на аквакултурата и не включва естествен улов на

есетрови риби от дивата природа, който е строго забранен поради критичното състояние на популациите в естествената им среда.

Инвестиции с дългосрочна перспектива

Все повече от новите есетрови стопанства използват проектно финансиране, след като инвеститорите са видели възможност в този престижен продукт. Има стопанства, които са изцяло финансирани от техните собственици. Възвръщаемостта може да отнеме повече време, тъй като есетровите видове достигат полова зрялост след шестата до 12-ата година. С финансиране по европейските програми може да се подпомогне разширението на определени процеси и въвеждането на нови технологии, но не и изцяло да се създаде и развие такова стопанство. Това е високорискова дейност и всеки производител е минал през някакви трудности. Страстта към отглеждането на есетри у всеки е събудена по различен начин.

Как се добива хайверът

Съществуват два основни метода. Хайверът, добит чрез декантиране, е популярен сред потребителите. При този метод рибата оцедрява, но термичната обработка е за сметка на вкуса. На етикета се отбелязва „пастьоризиран хайвер“. Чрез конвенционалния метод се получава висококачествен хайвер, месо за ресторантите, хрущял, който се използва за добив на колаген, кожата се използва в модната индус-



прия, а главата и вътрешностите - за котешка храна. Този подход осигурява пълноценно използване на цялата риба.

Растящ пазар

Казват, че хайверът е продаден, преди да бъде произведен. За 2024 г. експортът възлиза на около 15 т с ясна тенденция за увеличаване. Отрасълът се развива устойчиво, а търсенето постоянно надвишава предлагането. Отглеждането на есетровите риби е дългосрочен процес, който изисква години търпение и значителни инвестиции. Натрупаният опит дава на българските инвеститори увереност за по-амбициозни цели на международните пазари.

Опазване на естествените популации

Една от ключовите цели на асоциацията е възстановяването на популацията на есетри в река Дунав. Това е амбициозна задача с екологично значение, която надхвърля търговските интереси. Седем вида есетрови риби са обитавали река Дунав в миналото, днес са останали само 2-3 вида. Възстановяването на това някогашно биологично равновесие изисква дългосрочна стратегия.

Моруна е най-големият вид есетра в Дунав и достига полова зрялост чак след 18-ата си година. Процесът на възстановяване изисква заребяване с екземпляри, носещи ДНК от реката, за да се осигури

тяхната адаптация и признаване от компетентните органи. Това означава 18 години непрекъснати усилия, преди да се постигнат осезаеми резултати. Проектът има нужда от международно сътрудничество, тъй като реката преминава през няколко държави. Засега финансирането се осъществява единствено чрез дарения, като се търсят възможности и чрез европейските фондове.

Организация с амбициозни цели

Членовете на Асоциацията вече са над 100 и броят им расте, като някои от тях са публични, други не се афишират. Хотели и ресторанти членуват в други професионални

сдружения, но са привлечени и от тази организация. В нея се приемат и индивидуални членове. Тази асоциация споделя международни контакти, дава информация и организира месечни срещи. Тя се е заела да работи за повишаване на културата на предлагане, като подкрепя търговците в техните усилия. „Каквото и да правите, винаги има трудности. Търговията с черния хайвер е повод за нови партньорства и много разговори. Всяко предизвикателство води до увеличаване на експертизата и до развитие на съответния бизнес“, споделя Емил Арабаджиев.

Гурме съвети

„Черният хайвер се консумира по добър повод, но може и без специална причина. Няма време, което да не е подходящо. На всяка сватба например черният хайвер оставя хубав отпечатък за събитието“, съветва председателят на асоциацията. Той напомня, че хайвер се произвежда от октомври до май, но се продава цялогодично: „Обръщайте внимание на произхода на хайвера, внимателно четете етикетите - какъв е, къде и кога е произведен, какво е съдържанието на кутията, какъв е срокът на годност. Консумирайте само хайвер с ясен произход.“

ЛЮБОПИТНО

- Най-прославен от всички видове хайвер е черният. Той е символ на лукс - подобно на черните диаманти. На пазара този деликатес е търсен и харесван.
- Незалязващата му слава на Стария континент тръгва от основаването на Petrossian House в Париж през 1920 г. Негови създатели са арменските братя Мелкун и Мушег Петросян, които виждат възможност в това, че Западна Европа не познава хайвера. С въвеждането в Русия на новата икономическа политика от 1921 г. двамата стават първите официални вносители на руски хайвер в Париж.
- Черният хайвер става особено популярен в Шампан, където на закуска се приема с чаша шампанско. Там установяват, че ако хайверът се яде с метални прибори, неговият вкус се променя - затова се препоръчват прибори от перла, кост или специални нематални материали.


МЕТРОРЕКЛАМА

+359 882 425 848 office@metroreklama.com

Рекламни съоръжения
в цяла България!

www.metroreklama.com

**ОТКРИЙТЕ
НЕОГРАНИЧЕНИТЕ
ВЪЗМОЖНОСТИ НА
ВЪНШНАТА РЕКЛАМА!**

- » в Софийското Метро
- » Брандиране на Автобуси
- » Видимост в големите
Търговски Вери
- » Билборд съоръжения
в Градска среда и
по Републиканските
пътища

Защото е важно рекламата да е на правилното място!

Тандем ОДАЯ АРХИТЕКТИ

ДВАМА МЛАДИ АРХИТЕКТИ ВКАРВАТ ДУХ
И ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ В ПРОСТРАНСТВАТА,
КОИТО ИЗГРАЖДАТ, ЗА ДА МОЖЕ ПОСЛЕ С
ЛЕКОТА ДА БЪДАТ „ОБЖИВЕНИ“

Яна Колева

Двама състуденти решават през 2019 г. заедно да създадат свое архитектурно студио. Нищо ново под слънцето... Те обаче бързо се сработват, допълват се и стават архитектурен тандем, като единият вижда по-големия мащаб, а другият има по-силен фокус върху детайлите и прецизното изпълнение. И дори се появява телепатична връзка помежду им.

Заложби

Арх. Мирослав Кръстев е носител на по-радикалните идеи за развитието, той е и преподавател в Университета по архитектура, строителство и геодезия, а арх. Ангел Ценов е насочен повече към практическото осъществяване на проектите и изпълнението на сроковете. Арх. Кръстев избрал да работи със студенти, след като си дал сметка, че колкото и сгради да проектират в целия си професионален път, влиянието е ограничено. Но ако повлияеш при израстването на млади архитекти, въздействието ти се преумножава.

Силата на името

Как избират името ОДАЯ? Одагджията е човекът, свързан със строежа на къщата - той има грижа да сътвори и да осигури храната. Одаянието

- това са грехите, които са преградата между тялото и външния свят. Одая се нарича и третата обвивка на душата. Одаята е стара дума за стая с по-широко предназначение. Първият им офис е буквално една стая, шезуват се, че са една одая архитекти. После припознават това като своя бранд.

Територия

„ОДАЯ Архитекти“ проектират жилищни сгради и интериори, но работят и по проекти, свързани с по-широк обществен интерес. Архитектурата се разделя на утилитарна и символична. Едната служи за чисто човешките нужди, а другата - за духовните. Това лято завършиха проектирането на храм, който ще бъде изграден в Рибарица. Целият този труд е свързан и с много проучвателна работа - от една страна, да се пресъздаде духът на мястото, но от друга, да се спазва канонът. „Икономически по-оправдано е да маркираш определена територия и да си абсолютен експерт в нея. Но нашата стратегия е да имаме присъствие в повече сфери, за да обогатим своя опит и познания. Правим и малки неща, но без ограничения се разгръщаме до градоустройствени планове. Целта ни е да имаме щастливи клиенти, като и ние професионално да се развиваме в този процес“, посочва арх. Ценов.



Многофункционална зала Първомай



Училище Луи Брайл

Фокус

Към всеки архитектурен проект се отнасят с максимална доза внимание. Блестят с еднофамилни жилищни сгради и обществени интериори, сред които се открояват Библиотеката и Международният център в УНСС, Центърът за приложни изследвания към Биологическия факултет на СУ „Св. Климент Охридски“, ресторанти на шеф-готвач Лео Бианки... За да вкарат повече дух и персона-

лизация в пространствата, които изграждат, и да може после с лекота да бъдат „обживени“, избягват да се ангажират с многофамилни сгради. Стремят се с работата си да създават щастливи клиенти и затова след първата поръчка идва и следваща от същия адресант. Това е и най-добрият атестат за тяхната работа, както, разбира се, и множеството награди, които са получили. Когато работят по проекти, свързани с образователната инфраструктура например, се стремят обектът да дава максимум на своето предназначение и самото пространство да увеличи потенциала си. Така библиотеката, проектирана от ОДАЯ, създава любов към книгата, четенето и знанието. Училището за деца с нарушено зрение „Луи Брайл“ в квартал „Надежда“ в столицата е съобразено със специфичните нужди на тези ученици.

Добрият пример

Емблема и вдъхновение за младите архитекти Кръстев и Ценов е нидерландският визионер Рем Куулхас. В национален план се възхищават от тандема между арх. Иван Васильов и арх. Димитър Цолов, които са пример не само за добър архитектурен стил, но и за чувствителност към средата. Двамата партньори от „ОДАЯ Архитекти“, вземайки най-добрия пример, се стремят да развият синхрон в своята работа и взаимодействие, като по деликатен начин да дават пространство на своите архитектурни виждания, без агресия към онова, което вече



Библиотеката на УНСС



Наградите са признание за добрите архитектурни решения на тандема между Ангел Ценов и Мирослав Кръстев (вдясно)

е сътворено преди тях.

Търпение

Що за професия е архитектурата: „Тя изисква търпение от процеса на проектиране до процеса на реализация. Тук продуктът на твоя труд не се появява веднага, минава доста време. Тази професия по невидим и видим начин дава възможност да се влияе и светът да се променя. В архитектурата на 40 години си млад архитект, тъй като се иска много работа, постоянство и дълготърпеливост, докато получиш признание. Висшето образование е шест години, няма бакалавърска степен, но има и четири години стаж. Това е голяма инвестиция и на време,

което изисква от хората да имат вяра, че това е тяхното призвание и си заслужава да се посветят“ - обяснява арх. Кръстев.

Бързай бавно

Екипът на ОДАЯ е от четирима души. В предложенията, на които да кажат ДА, се водят и от своите лични и професионални ценности. Отнасят се с уважение към труда на архитектите, творили преди тях. Стремят се да учат другите чрез примера си, като не си позволяват да служат единствено на своя финансов интерес. „Бързай бавно“ е формулата, по която живее и работи тандемът „ОДАЯ Архитекти“.

ГЕОТРЕЙДИНГ

даде начало на „Лига на шампионите“

СПОРТНИТЕ АКТИВНОСТИ УКРЕПВАТ
КОРПОРАТИВНИТЕ ЦЕННОСТИ В
ГРУПА ГЕОТЕХМИН



Участниците в първото издание на „Лига на шампионите“ 2025

Първото издание на „Лига на шампионите“ Геотрейдинг 2025 събра на едно място осем отбора от дружества от Група ГЕОТЕХМИН. Футболният турнир, инициран от г-р инж. Иван Вутов, председател на Съвета на директорите на Геотрейдинг АД и заместник-управител на Геотехмин ООД, превърна игрището на Многофункционален комплекс ProAuto в арена на футболни емоции. Отборите се разглаголяваха на терена и показаха спортен дух и футболни умения, въпреки високите летни температури. Турнирът премина под знака на феърплей и екипна игра.

Футболният турнир се проведе под патронажа на проф. г-н инж. Цоло Вутов, управител на Геотехмин ООД. Тази спортна инициатива е част от корпоративната култура на Групата, насочена към нови възможности за инвестиция в човешкия капитал и укрепване на корпоративните

ценности.

Като домакини, Геотрейдинг АД, част от Група ГЕОТЕХМИН, избират локацията на турнира с акцент върху социалната ангажираност на дружеството и пример за отговорността на компанията към зеленото бъдеще и енергийната ефективност. Комплексът, на чиято територия е разположено футболното игрище, е сертифициран по британския стандарт за устойчиво строителство BREEAM 2013 с оценка Very Good. През 2021 г. сградата с инвеститор Геотрейдинг АД и главен изпълнител Геострой АД получава специална награда в конкурса „Сграда на годината“. Днес тя е дом на пет дружества от Група ГЕОТЕХМИН, предлагайки отлични условия за работа в здравословна среда, за отглед на озеленените тераси с над 100 дървета и за спорт във фитнеса, както и на футболното игрище.

Мачовете се играха на двата фут-

болни терена, като отборите бяха разделени в две групи по четири отбора, а съдиите следяха да се спазват правилата. В надпреварата високо футболно майсторство показаха отборите на домакините от Геотрейдинг АД, Геотехмин ООД, Геострой АД, ИТР Сървисиз ЕООД, отборите от Обогащителен комплекс и Рудодобивен комплекс на Елаците-Мед АД, както и два сборни отбора: Енергео ЕООД с Трансремонтстрой ЕАД, и Улично осветление ЕАД с Пътстрой-92 АД.

Турнирът беше открит с мачовете между домакина Геотрейдинг срещу Геострой, и РК Елаците-Мед срещу Геотехмин, проведени паралелно на двете игрища. С най-много голове могат да се похвалят РК Елаците-Мед (14), ИТР Сървисиз (12) и Геострой (11). Шест мача, играни във всяка група, определиха класирането в груповата фаза. Така от Група А напред продължиха двата



Сребро грабна отборът на Рудодобивен комплекс Елаците-Мед



Геострой са носители на бронзовите отличия



Обогащителен комплекс Елаците-Мед завоюваха златните медали

отбора на Елаците, а от Група Б към полуфиналите се устремиха завършилият на първо място отбор на ИТР Сървисиз и Геострой. Второто място в Група Б беше изключително оспорвано, като с еднакъв брой точки от предварителната фаза завършиха Геотрейдинг и Геострой, но показателят „голова разлика“ определи Геострой да продължи в следващата фаза.

Получиха се интересни срещи с много обрати. Всички играха с ентузиазъм и показаха отборен дух. На малкия финал в битка за третото място в съревнование влязоха Геострой и ИТР Сървисиз. Финалът беше между отборите на Обогащителния комплекс и Рудодобивния комплекс на Елаците-Мед. Тимът от Мирково се мобилизира след тежката загуба с 0:6 в груповата фаза от колегите им от Етрополе, като срещата завърши при равен резултат 1:1, а дузпи определиха

победителя. Най-голяма заслуга имаше вратарят на отбора на Обогащителния комплекс, който игра брилянтно и се превърна в герой за своя отбор.

След четири часа и половина игра и общо 16 мача, патронът на турнира проф. г-н инж. Цоло Вутов връчи медалите и купата на най-добрите на терена. Победител в първия турнир „Лига на шампионите“ Геотрейдинг 2025 стана отборът на Обогащителен комплекс на Елаците-Мед. Сребърните медали отидоха при отбора на

Рудодобивния комплекс на Елаците-Мед АД, а на трето място с бронзови медали се класира отборът на Геострой АД.

Като социално отговорна компания Геотрейдинг АД, част от Група ГЕОТЕХМИН, винаги се е стремяла да предоставя най-добрите условия за работа и кариерно развитие на своите служители. В тази връзка организирането на спортни активности на открито, в това число и приятелски мачове след края на работния ден, се доказва като ефективен инструмент за постигане на по-висока мотивация и споделяне на корпоративните ценности.

След успеха на събитието, ръководството на Геотрейдинг планира разширяване на този формат събития с идеята да обедини различни спортни активности в неформална комуникация и сътрудничество.

С поглед към бъдещето г-р инж. Иван Вутов и неговият екип следват ясна насока как съвременните компании могат да наградят стандартите в управлението на човешките ресурси. Изграждането на фирмена култура, споделяна от силен и сплотен екип, както и възможността за работа в социално-отговорна компания с активна политика, насочена към иновации и зелени инвестиции, са неразделна част от визията за развитие на Геотрейдинг АД. ○



Откриващият мач на турнира бе между Геотрейдинг и Геострой

Да промениш ИГРАТА

СЪЗДАТЕЛКАТА НА БРАНДА CAVIAR
COUTURE ДЕСИСЛАВА ТОШЕВА
СПОДЕЛЯ КАК ТЯ ПРАВИ ПРОБИВ В
СВЕТА НА ВИСШАТА МОДА

✍ Татяна Явашева

Възможно ли е български дизайнер да е фактор в световната висша мода? Да! И това е факт, като дори е сред ТОП 5 на модните брандове за висша мода, които променят играта. Трендът, който създателката на Caviar Couture Десислава Тошева успява да наложи, е с т. нар. течни рокли. Тази иновативна колекция е изработена от специална материя, която тя е търсила повече от 3 години. Роклите предизвикват милиони гледания онлайн и не са генерирали чрез изкуствен интелект.

Началото

Първата проява на предприемаческия нюх у Десислава Тошева е, когато е на 10-12 г. През лятото решава да прави бизнес, като набере рози от градините на съседките. Изцежда розовото масло и по своя рецепта приготвя екопарфюм. Слага го в шишета от одеколон на гядо си и ги продава по 1 лев. „Изкарах първите 10 лева и мислех, че съм безсмъртна“, спомня си Десислава. От малка обича да гледа предавания за висша мода. От своята прабаба Върбина получила първите си уроци по шев и кройка. За нейния стотен рожден ден признателната внучка ѝ подарила рокля, специално изработена за празника.

Страст

Пътят ѝ като предприемач в модата започва, когато е едва 18-годишна и предстои абитуриентският бал. Тогава вижда златна възможност да създаде модна къща за висша мода. Тръгва смело с приемливи за българския пазар цени: „В това приключение се впуснах в пълен разрез с препоръките на хората около мен. Нищо не ме спря. Започнах с нулев капитал и не можех да си позволя услугите на професионалисти. Това наложи да науча много неща, за да съм в крак с дигиталния свят, в който диша висшата мода. Но ако някой ми беше предоставил всичко готово, никога нямаше да придобия тези безценни умения. Сега разбирам всеки детайл от процеса. Първата „пречка“ беше създаването на сайт. Цената беше непосилна за момиче на 18, което няма идея дали начинанието ще проработи. Но предприемачът няма страх от поемане на рискове. Такова е и образованието ми, това е посоката и страстта ми. Висшата мода е моя голяма любов“.

Първите клиенти

Така започва всичко: На сайта, който сама създава, и на страница във Фейсбук представя само два готови модела и още на следващия ден има над 40 обаждания от майки на

абитуриентки, които искат да запазят част за среща в нейната модна къща. Експресно оборудват помещението. И следват обаждания „Ние сме на адреса, но тук модна къща няма“. Първите реакции на клиентите водят до решението „Така няма да я бъде“. Десислава тръгва да намери подходящ магазин, в който да изложи роклите и да прави проби. Първият на ключова локация, в който влиза, е и първата ѝ сделка. И така и разрастването тръгва като по вода...

Визионер

Избира да учи маркетинг и икономика в шотландския колеж St Andrews. И там при разработването на своя бранд си задава три въпроса: Коя е жената, облечена в мои рокли? Как изглежда? Кои качества я описват? Сарабле – способна, Ambitious – амбициозна, Visionary – визионер, Intelligent – интелигентна, Admirable – възхитителна, и Remarkable – забележителна... И сега Caviar Couture не спира да получава възторжена обратна връзка.

Постоянство

Успехът при Десислава не е внезапен пробив, макар понякога да изглежда, че е дошъл само за една нощ. Заг него стои безсъние и усилена работа. Успехът за нея не е крайна дес-



тинация, а е процес и съвкупност от малки и често незабележими стъпки. С постоянство, отдаденост, смирена воля и вяра продължава да върви към него. Постигането идва с много труд и няма

по-сладко чувство от това сам да си го постигнал. Когато инвестирал в себе си - в своето образование, знания, умения, култура, визия - светът отвърща. И това е най-ценната инвестиция, която носи

възвръщаемост не само под формата на резултати, но и на вътрешна сила и богатство. Продължава да учи как да се наслаждава на малките успехи по пътя. Защото: „Колкото повече се разрастваме, забравяме, че живеем в реалност, за която някога сме мечтали“...

Признание

Преди няколко години организаторите на звездния шоурум в Кан откриват Caviar Couture в социалните мрежи и канят бранда да изложи две рокли. Десислава Тошева вече е изминала пътя и до възможността неин да е първият самостоятелен български шоурум на филмовия фестивал. Това е и първият и единствен български бранд, носен на Бала на дебютантките в Париж. На него облеклото е само „от кутюр“. Това е и най-публикуваната българска модна марка в световните списания за мода. Връх на признанието идва от майката на Илон Мъск – Мей Мъск. На корицата на списание InStyle тя е с пишна черна рокля, изработена от Caviar Couture. Когато разбрала, че дизайнерката е от България, поръчала да ѝ предадат да прочете нейната книга „Жената, която има план“. Поради липса на време е трябвало да се постигне съвършенство без нито една проба. По-късно двете разговарят по време на кинофестивала в Кан, и, оказва се, са отседнали в един и същи хотел.

Посокама

Екипът на Caviar Couture е от 7 души, като целият производствен процес е в България. Десислава Тошева умее да намери точните хора и не се оплаква, че няма професионалисти. Сега се учи да делегира отговорности. Caviar Couture не е и няма да е единственият неин бизнес, тъй като тя обича да решава проблеми, да създава нови бизнеси, да се сблъсква с предизвикателства и да създава нова визия и нова реалност. Остава вярна на „бавната“, но качествена мода. И има амбицията и „горивото“ да създаде и други свои брандове. Стъпка по стъпка. ☺



© Pixabay

ARMANI

изискан лукс и простота

ДЖОРДЖО АРМАНИ ЗАПОЧВА ДА ГРАДИ КАРИЕРА НА ДИЗАЙНЕР ЕДВА СЛЕД 40, НО ПОЛУЧАВА ПРИЗНАНИЕ КАТО ЕДИН ОТ НАЙ-ТАЛАНТЛИВИТЕ В СВЕТА НА МОДАТА

▲ Георги Георгиев

Качеството - в това е разликата между стил и мода, твърди италианският моден дизайнер Джорджо Армани. Той превърна името си в марка и Armani стана синоним на безконтролен лукс. Затова и с огромен уважение към неговия труд е наричан Край на италианската мода. Армани си отиде на 4 септември на 91-годишна възраст, малко преди илтерията му да отбележи своя 50-годишен юбилей. Името му завинаги ще остане синоним на стил и елегантност.

Джорджо Армани е емблематично име и нарицателно за изящен дизайн и висока класа. В този гений на модата живее интересна личност със свой житейски път. Роден през 1934 г. в малкото градче Пиаченца, Италия, от малък мечтаел да стане лекар. Заедно с брат си Серджо често разигравали импровизиран театър, за който Джорджо създавал костюми за куклите. Когато започнал да учи медицина, за три години следване осъзнал, че това не е за него, прекъснал и се записал в армията. Там прекарал две години, след което напълно изоставил следването си и през 1957

г. бил привлечен в La Rinascente в Милано, тогава един от най-шикозните универсални магазини в Европа. До 1960 г. подреждал витрините на тази верига магазини. После десет години работил за дизайнера Нино Черути, а в периода 1970-1975 г. изготвял дизайнерски проекти за „Емануел Унгаро“ и „Ерменеджилдо Дзена“.

Никога не е късно

Армани дава начало на своята самостоятелна кариера на 40-годишна възраст. Тогавааният му партньор в живота, архитект Серджио Галеоти, изиграва ключова роля в създава-

нето на марката Armani. Двамата продават старата си кола, за да финансират първата колекция. Това е време на икономически трудности в Италия, но усилията да се направят нещо ново привличат вниманието на големия американски магазин Barney's. Първоначалната идея е за модна къща, специализирана в изработката и продажбата на модерни мъжки облекла. През 1975 г. Армани пуска своя дамска линия и още по-уверено заявява себе си. От 1981 г. той лансира спортните линии Emporio Armani и Armani Jeans, а през 1987 г. налага ценово достъпна дамска версия Mani. Армани притежава множество магазини из цял свят. Определян е като най-успешния моден дизайнер в света.

Автентичност

Армани изгражда приятелства със знаменитости, които носят неговите дрехи на червения килим. Вместо да използва финансови стимули и подаръци, дизайнерът разчита на автентичната връзка и на личното обожание на неговия дизайн и линия. През 2006 г. Джорджо Армани се изправя срещу практиката да се използват кльощави модели на модния подиум. Той спира участието на модели, които са с тегло под нормата, и настоява за здравословен външен вид. Това решение идва след трагичната смърт на не един модел и има за цел да насърчи по-здравословен подход в модната индустрия.

Територия

Марката има няколко линии: Giorgio Armani - за луксозни облекла и аксесоари; Emporio Armani - насочена към по-широка аудитория; Armani Exchange - ориентирана към младите хора и градската мода; Armani Privé - висша мода за специални събития и червен килим; Armani Casa - за интериорен дизайн и мебели.

С нарастващото значение на онлайн търговията, Armani инвестира в подобряване на своето дигитално присъствие и насърчава развитието на електронна търговия. Брандът активно използва социалните медии за маркетинг и комуникация с клиентите.

Почерк

Армани е новатор, той е първият дизайнер, който през 2007 г. решава

Професионален еталон

по Джорджо Армани

- Елегантността не означава да се показваш, а да бъдеш запомнен без глуми.
- Стилът е нещо, което всеки може да купи. Истинската елегантност обаче трябва да дойде отвътре и да бъде част от личността.
- Аз съм перфекционист. Това ме прави труден човек, но този е единственият начин да се постигне качество.
- Най-доброто облекло е онова, което кара хората да спрат и да кажат: Това е невероятно!
- Не обичам екстравагантността. Обичам простотата.



Джорджо Армани

Шанел и Ив Сен Лоран? Да, Армани създава свой почерк, той е сред първите, които започват да разделят линиите на облеклото на тематично, възрастово и по статус, съобразявайки се с обстоятелството, че обществото все повече се разкрепостява и към неговия тип семпла и изчистена елегантност започват да се стремят не само богатите, но и хората с по-ниски доходи.

Сила

Едно от най-емблематичните постижения на Джорджо Армани е неговият принос с концепцията power dressing - облекло, което носи в себе си силата на елегантността и духа на

да покаже своя колекция на живо в интернет. Във време, когато идеята за пряко излъчване на живо е била рискова, именитият дизайнер не се бои да експериментира. Днес живите предавания на модни ревюта са практика, но тогава това е смела стъпка, която отново доказва високия дух на професионалиста.

По негов адрес може да се чуят суперлативи от рода на „император на модата“, „крал на изискания стил“, „най-великият моден диктатор“. И ако се питате в какво се изразява гениалността му? С какво Армани е различен от останалите? Има ли основания той да бъде смятан за необикновен приемник и продължител на естетиката на Коко

бизнес изискаността. През 80-те години на миналия век той популяризира костюмите с меки рамене и чисти линии, които стават символ на професионализъм и сила. Този стил допринася за утвърждаването на женското присъствие в корпоративния свят. Армани оставя отпечатък със своята философия за елегантност и минимализъм, която вдъхновява поколения дизайнери и модни ентусиасти. Неговото име се приема като синоним на изтънченост, качество и безупречен вкус.

Armani продължава да се развива като марка, която не отстъпва от идеята на своя създател, че истинската елегантност е вечна. ☺

Хубен Черкелов: Притежавате ли ОРИГИНАЛНИ ПРОИЗВЕДЕНИЯ във вашия дом?

МИНИСТЕРСТВО НА КУЛТУРАТА
В БЪЛГАРИЯ Е НАЙ-ГОЛЕМИЯТ
МЕЦЕНАТ. ВРЕМЕ Е ЗАКОНИТЕ
ДА СЕ ПРОМЕНЯТ И ДА СЕ
ПООЩРИ КОЛЕКЦИОНЕРСТВОТО

Замисляли ли сте се каква е връзката между властта и изображенията. Художникът Хубен Черкелов твърди, че това е най-ясно изразено чрез паричните знаци. Той работи върху тази тема повече от 20 години и чрез творбите си насочва вниманието на хората да се вгледат в това, което имат в джоба, но през призмата на изкуството. Пътят му прескача от София в Ню Йорк, от академичната живопис през радикалните артистични практики, и обратно към живописа – но вече различна. Избира да интерпретира символа на власт и идентичност: парите.



▲ Татяна Явашева

- Г-н Черкелов, какво продължава да ви привлича в образите върху банкнотите?

- Все още ме интересува какво и защо е представено върху паричните средства. Динамиката между история, власт и изкуство ме занимава.

- През март в София открихте самостоятелна изложба „Колелото на живота“. Как се върти при вас „Колелото на живота“?

- В личен план съм някъде по средата между раждането и смъртта, но в професионален, надявам се, да съм и да остана дете - любопитно и с широко отворени за живота очи.

- Вие се възхинявате от най-различни валути, дори и от излезлите от употреба. Какво разбрахте - как препуска колелото на живота на парите?

- Има цикличност и в природата, и в живота. Това е нещо съвсем естествено.

А парите са онова пето чувство, което ни позволява да реализираме останалите. Само по себе си това е само средство за постигане други цели. Ето мен ме вълнува естетическата страна и превръщането на нещо банално във вълнуващо произведение на изкуството. Но за да го осъществя и да продължа да работя, очевидно трябва да участвам в икономически взаимоотношения с моите колекционери. И откакто финикийците са измислили парите, то е за всеобщо удобство.

- Превръщате парите в обекти, в предмети, в картини и портрети, като се взирате във връзката между история, пари, изкуство и пазар. В тази ваша работа на естетизиране кое е най-голямото ви прозрение за парите?

- Парите може да са носител на смисъл и участие, не само на пропаганда.

- Как се променя гледната ви точка към стойността – не само паричната, но и човешката, кул-

турната?

- Оскар Уайлд беше писал, че циникът знае цената на всичко и стойността на нищо. Мисля, че все още е валидно.

- Днес в света на дигитални пари какво остава в образа на физическите банкноти?

- В либералните общества банкнотите ще останат, но в тоталитарните държави дигиталните пари ще бъдат въведени насилствено, и то с цел контрол.

- България ще премине към еврото. Вие как виждате еврото - като обединител или като заличител на национална идентичност?

- Националната идентичност не е в никакъв случай застрашена от въвеждане на еврото. България е била столетия под византийско и османско владичество, без самостоятелна банкова система и пари, но очевидно всички виждаме, че сме оцелели и исторически, и културно. Та съм убеден, че



10 Dollars 1869, Introducing Pocahontas to the old world / 10 долара 1869 г., Запознаване на Покахонтас със стария свят

тези страхове са безпочвени. Еврото само ще помогне за по-пълната ни интеграция, пътувания и улесняване на бизнеса.

- В тези времена на инфлация, не само финансова, как би изглеждала банкнота от 1000 евро в българския вариант, създадена от вас?

- Хартиеното евро няма да бъде поверено на художници, а на дизайнерско студио, за да бъде неутрално спрямо всички държави. Това, което можем да направим като уникален дизайн, е възможно само върху монетите. А то има своите ограничения. Аз бих предложил нещо провокативно, което да постави усмивка на лицето на евро-

пееца.

- Какъв „въздух“ дишат днес художниците в Ню Йорк и в София?

- Много е различно. В Ню Йорк все пак има естествен пазар за изкуство - най-големият пазар в света и борбата е свирена за парче от този пазар!

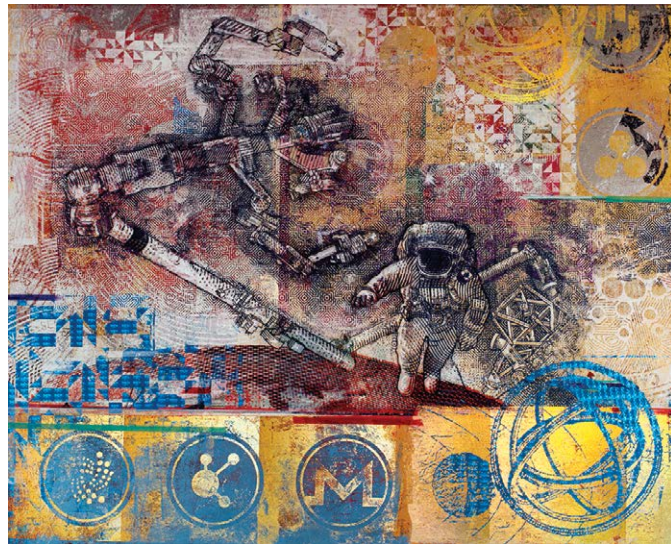


500 euro / 500 евро

Но има 4 или 5 различни гледни точки за изкуството, които се пресичат на няколко места, това са отделни светове..., което прави художествения живот и разговора за изкуство интересен. В София, доколкото разбирам, Министерство на културата е най-големият меценат. Но е било така и през годините. Надявам се да се променят законите с цел поощряване на колекционерството и само тогава може да очакваме интерес от публиката. Защото така в момента отсъства.

- Какъв риторичен въпрос бихте отправили към нашата аудитория?

- Притежавате ли оригинални произведения във вашия дом? ☺



5 Dollars Canada Astronaut / 5 Канадску долара Астронавт



50 euro / 50 евро

Houben Tcherkelov: Do you own any ORIGINAL ARTWORKS in your home?

THE BULGARIAN MINISTRY OF CULTURE IS
THE LARGEST PATRON OF THE ARTS HERE.
IT IS TIME TO CHANGE THE LAWS AND
ENCOURAGE PRIVATE COLLECTIONS

✍ Tatyana Yavasheva

Have you ever wondered what the relationship is between the state authorities and images? Artist Houben Tcherkelov (Houben RT) claims that this is most clearly expressed through currency banknotes. He has been exploring this link for more than 20 years and through his works directs people's attention to look at what they have in their pockets, but this time - through an art lens. His path jumps from Sofia to New York, from academic painting through radical artistic practices, and then back to painting, but with a twist. He chooses to reinterpret the very symbol of power and national identity - money.

Mr. Tcherkelov, what keeps drawing you to the images represented on banknotes?

I am still interested in what and why is represented on money. The dynamics between history, power and art intrigues me.

In March, you held a solo exhibition in Sofia called "The Wheel of Life". How does the "Wheel of Life" turn for you?

Biologically, I am somewhere in the middle between birth and death, but professionally, I hope to be and remain a child - curious and with my eyes wide open for life.

You are inspired by different currencies, even those that have gone out of use. What did you learn from this - does money also have its wheel of life?

There are cycles in both nature and life. It's something rather natural. And

money is that pillar that allows us to realize other things. In itself, it is only a means to achieve other goals. Here, I am interested in the aesthetic side and the transformation of something banal into an exciting work of art. But in order to make it happen and continue working, I obviously also have to participate in economic relations with my collectors. And ever since the Phoenicians invented money, it has been for the general convenience of all.

You turn money into objects, into things, into paintings and portraits, staring at the connection between history, currency, art and the market. In this work of aestheticization, what is your greatest insight into money?

Money can be a carrier of meaning and happiness, not just propaganda.

How did your perception of value change - not only monetary, but also human and cultural?

Oscar Wilde wrote that the cynic

knows the price of everything and the value of nothing. I think this is still valid.

Today, in the world of digital money, what remains of the image of physical banknotes?

In liberal societies, banknotes will remain, but in totalitarian countries, digital money will be introduced forcibly, and for the purpose of control.

Bulgaria will switch to the euro soon. How do you see the euro - as a unifier or as an eraser of national identity?

National identity is in no way threatened by the introduction of the euro. Bulgaria was under Byzantine and Ottoman rule for centuries, without an independent banking system and money, but it's clear that we have survived historically and culturally as a nation. So I am convinced that these fears are groundless. The euro will only help us integrate more fully in the EU, and travel and do business.

In these inflationary times (and not only financially speaking), what would a 1000 euro Bulgarian banknote look like if it were designed by you?

The paper euro will not be entrusted to artists, but to a design studio, in order to remain neutral towards all countries. What we can do as a unique design is only possible on the euro coins. And this has its limitations. I would suggest something provocative that would put a smile on the face of the average European.

What kind of "air" do artists in New York and Sofia breathe today?

It is very different. In New York, there is still a natural market for art - the largest market in the world and the fight is fierce for a piece of this market! Yet there are 4 or 5 different points of view on art that intersect in several places; these are separate worlds... which makes the art milieu and the conversation about art interesting. In Sofia, as far as I understand, the Ministry of Culture is the biggest patron of the arts. But it has been like that over many years. I hope that the laws will change in order to encourage private collections - only then can we expect more interest from the general public. There is none at the moment.

What rhetorical question would you ask our readers?

Do you own any original artworks in your home? ☺



1 Lev Rila Monastery / 1 лев Рилски манастир



1 lev Guns and Roses / 1 лев Плуку и Розу



Упражнения по

ВЕЧНОСТ

Татяна Явашева

Широко отворено съзнание и сетива, добре настроени към различното - да гледаме на изкуството и на света с добро-намереност във всичко. Това е призивът на художника Валери Василев. Кой е той? Човек, който умее да вижда необикновени неща, убягващи от погледа на другите. Обича да разказва истории чрез средствата на изобразителното изкуство и да прави художествени експерименти. Уверява, че добрият рисувач може да стои твърде далеч от голямото изкуство. Да изненадаш и да докоснеш с произведенията си, да успееш да развълнуваш и да подтикнеш някого да се замисли - това за него е смисълът. В неговото творчество и в ангажираността, които е поел, „Упражненията по вечност“ се оказват голямо човешко и професионално изпитание. Преди години

точно в средата на изпълнението на проекта губи любим човек... Но, уповавайки се на вярата, разбира, че именно тя е възможност да се докоснем до вечността и да предадем това усещане на други.

Страници от дневника

Валери Василев показва експозицията „Юни“ в столичната галерия „Академия“ и представи свои идеи и търсения през последните 20 години. От фигуративното към абстрактното връщане към фигуративно изкуство - тези неговии прелитания включват два графични проекта „15 стаи“, „10 упражнения по вечност“, изпълнени в техниката литография, серията „Следградски пейзажи“, рисунки, обединени под заглавието „Страници от дневника“ - малки хрумки, „драсканици“,



Художникът Валери Василев е убеден, че чрез изкуството се разтварят нови пространства за нашите преживявания



FORTNITE®

ТВОРЧЕСКО
ЗГРАЖДАНЕ
ЗА ГЕЙМЪРИ



Открийте още комплекти
LEGO® на comsed.net





© Кристиан Сираков

правени в кафенета или по време на дълги телефонни разговори и на свободните часове между лекциите в Националната художествена академия. Тази изложба е наистина добра възможност художникът концептуалист да огледа важна част от своето завещание към „Вечността“.

Път

Валери Василев е старши преподавател в катедра „Психология на изкуството и художествено образование“ на Националната художествена академия (НХА). Възпитаник е на Националното училище за изящни изкуства „Илия Петров“ и е завършил „Графика“ в НХА. Участва в множество национални и международни художествени проекти, форуми за графично изкуство, изложби, фестивали и конкурси в България и по цял свят. Носител е на редица награди, сред които най-ранните са му най-скъпи: Награда на „Tama Art University“ от Първото триенале на малката графика в Токио, Япония (1995), награда на кметството на Париж за млад автор (1995), диплом от Международно триенале на графиката

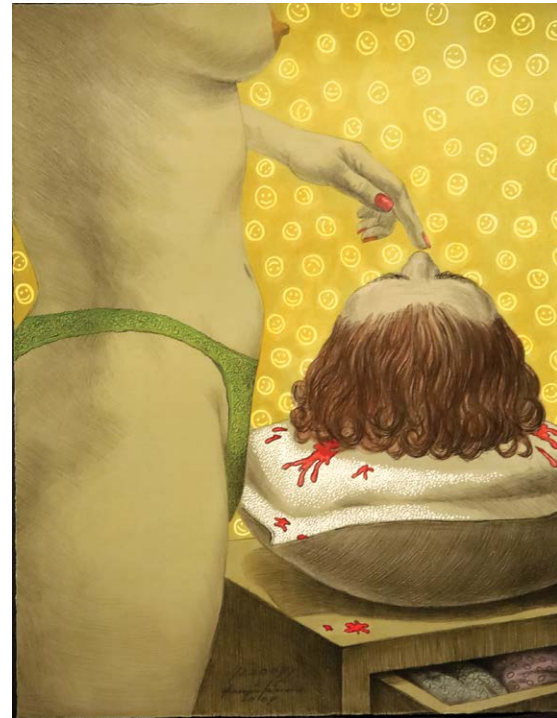
в София (2001).

За ценители

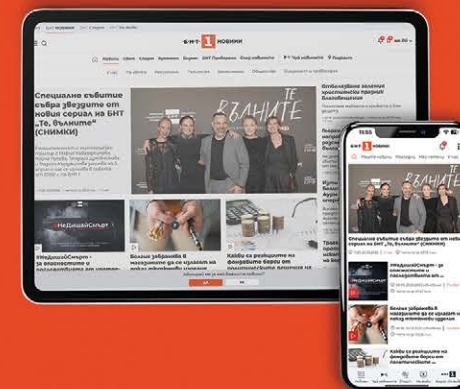
Изкуството, което Валери Василев създава, е насочено към колекционери. Много от неговите цветни литографии, изпълнени с тази сложна графична техника, са притежание на ценители. Технологията е времеемка, процесът е дълъг и изисква ново и ново връщане към идеята и чувствата, с които е започнало създаването на такава работа. Но той и досега остава верен на тази техника. Признава, че пазарът на изкуство в България е твърде слаб и според него отношението към изкуството се изгражда през образованието.

Пейзажът си отива

Сега художникът е вдъхновен да насочи погледите на аудиторията към серията „Пейзажът си отива“ - за да може чрез окръжаващата ни среда да се огледаме какво всъщност става. И ето какво: Когато хората мислят главно за пари и печалби, те създават нездравословни отношения и оставят лоши следи. А голямата идея е човек да може да отвори своите „прозирки небесни“.



Новото дигитално лице на БНТ



- ▶ **НОВ ДИЗАЙН** И ПЕРСОНАЛИЗИРАНО ПОТРЕБИТЕЛСКО ИЗЖИВЯВАНЕ
- ▶ **МНОГОЕЗИЧНИ СУБТИТРИ**, ГЕНЕРИРАНИ ОТ ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ
- ▶ **ИНОВАЦИЯ** В АУДИО СЪДЪРЖАНИЕТО ЗА СЛУШАНЕ В КОЛАТА

#СподелямеВажното

WWW.BNTNEWS.BG

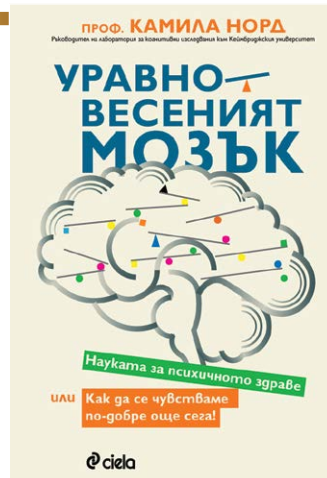


Нови книги от Сиела

„Уравновесеният мозък“

от проф. Камила Норд

В новаторската си книга „Уравновесеният мозък“ ръководителката на лаборатория за когнитивни изследвания към Кеймбриджския университет проф. Камила Норд предлага завладяващ преглед на най-новите научни открития, които революционизират разбирането как мозъкът създава усещането ни за психическо здраве - като активно се стреми да поддържа равновесие в отговор на променящите се обстоятелства.



„За сигурността“

от проф. Николай Слатински

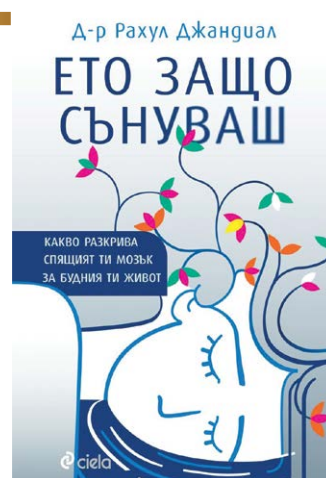
В мащабния научен труд „За сигурността“ проф. Николай Слатински, един от водещите български експерти в областта на националната сигурност, обобщава над три десетилетия академичен и практически опит в осмислянето на базисната категория „сигурност“. Той разглежда сигурността не само като защита от катаклизми в контекста на съвременната международна политическа карта, но и като основа на добрия живот.



„Ето защо сънуваш“

от д-р Рахул Джандиал

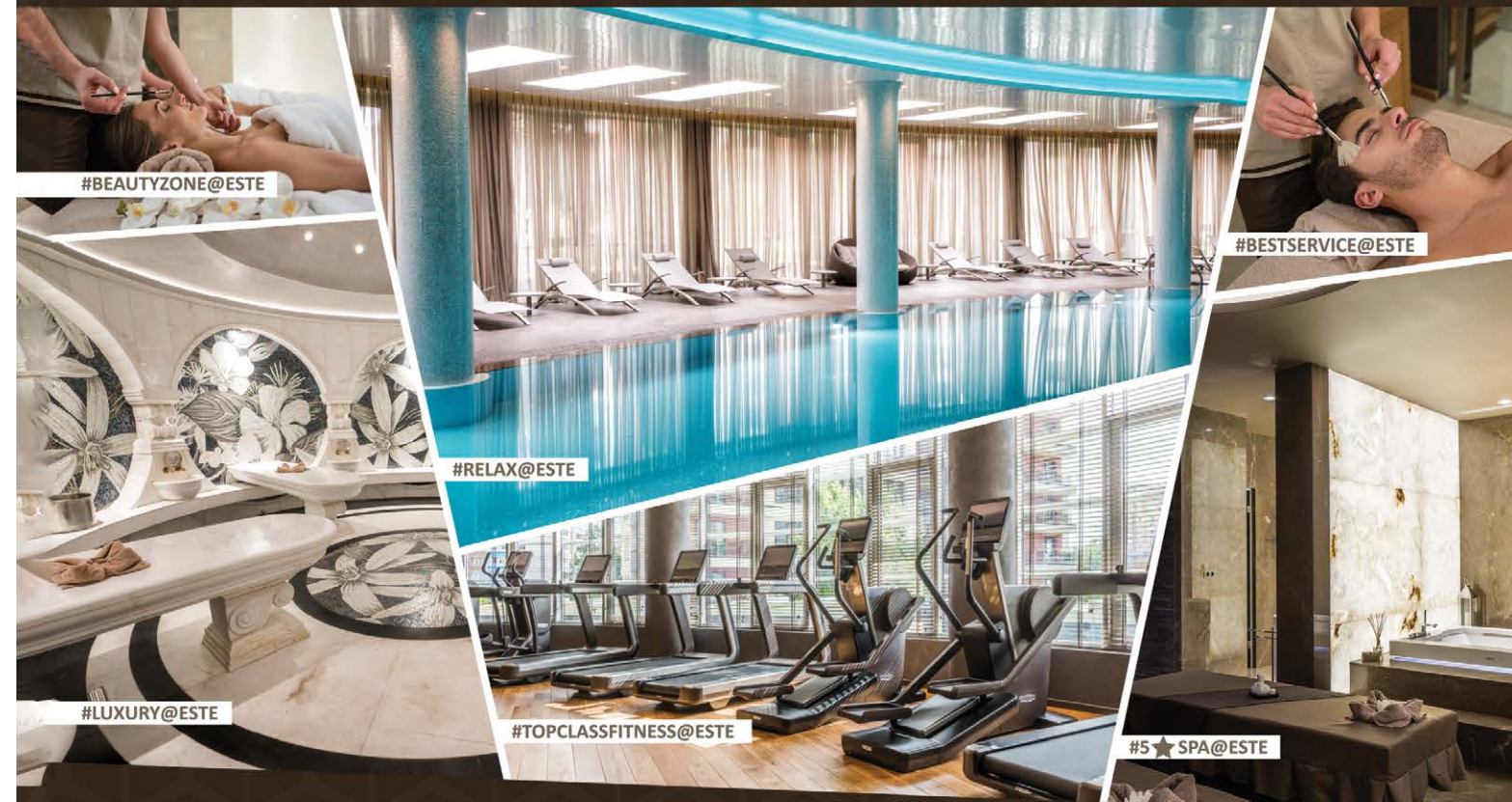
Защо сънуваме, с какво са полезни сънищата и какво разкриват за будния ни живот, изследва „Ето защо сънуваш“ - нова книга на уважавания неврохирург и ръководител на изследователска лаборатория д-р Рахул Джандиал. В труда си експертът, който от години изучава мистериозната функция на сънуването, включва информация от различни дисциплини и обобщава най-актуалните научни познания по темата.



„48-те закона на властта: Съкратено издание“

от Робърт Грийн

„48-те закона на властта“ е своеобразен наръчник за изкуството на манипулациите и измамите. Новото издание в съкратен вид събира квинтесенцията на натрупаната през вековете световна мъдрост, извлечена от творбите на най-знаменитите стратегии като Сун Дзъ и Клаузевиц, държавници като Бисмарк и Талейран, дворцови светилина като Кастилионе и Грациан, изкустители като Джакомо Казанова и Нинон дьо Ланкло, а също и опитни мошеници като Уейл. ⑩



Магията на СПА...

www.estespa.bg

Магнетичният МЕЛНИК

ТЪРСИТЕ ЛИ ЕМОЦИОНАЛНО
ПРЕЗАРЕЖДАНЕ – ТОВА
Е МЯСТО, КОЕТО СИ
ЗАСЛУЖАВА ДА ПОСЕТИТЕ

✍ Тони Григорова

Град приказка. Многовековна история, сгушена в пазвите на Пирин планина. Това най-кратко казано е Мелник. Стане ли дума за него, първото, което напоследък най-често се изтъква, е, че е най-малкият град в България, със своите има-няма 300 жители. Всъщност на този най-малък градец най-му приляга да се отбележи, че е голяма работа. В скромните си размери е побрал и съхранил богато културно-историческо наследство, смайваща архитектура и несломим дух, който витае тук от незапомнени времена. Каменни къщи, сякаш родени от легендите, виещи се улички, аромат на вино, отлежавало в дълбоки бъчви...

Стражи на времето

В Мелник туристът ще чуе разкази за хора, за вино и за време. Ще се влюби в този край завинаги и ще му се прииска по-често да идва в този „каменен рай“, в който миналото не спира да говори. Освен

с величествени пейзажи, Мелник впечатлява с духовните си висини. Казват, че да се разходиш из Мелник, без да усетиш духовността му, е като да пиеш вино без аромат. Някога, в разцвета си, в града е имало над 70 църкви. Днес все още може да се усети великолепието им, особено в храма „Свети Никола“, който се издига над всички, признат като стража на скалите. Църквата е разположена високо над Мелник, до останките от древната Мелнишка крепост. Този храм е символ на духовната сила и архитектурното майсторство на Средновековието. Построен през XII век, днес от миналото величие са останали живописни руини. От това място се открива панорамна гледка към града и Мелнишките пирамиди. „Св. Антоний“ пък е една от малкото църкви в България, носеща името на чудотворния светец. Местните хора вярват, че лекува душевни болки и психически страдания. Тук е идеалното място за молитви в тишина.

Крепостта на геспот Слав

Останките от могъщата крепост на геспот Алексей Слав се издигат над Мелник като мъчалив свидетел на историята. През XIII век той управлява града като почти независим владетел, превръщайки Мелник в културен и политически център. Днес стените и основите на крепостта все още са налични, гледката от върха е зашеметяваща: множеството пирамиди, червените керемиди на къщите долу и хоризонтът, който се отваря към безкрая.

Кордопуловата къща

Най-голямата запазена възрожденска къща на Балканите е Кордопуловата къща, приемана като дом на виното и светлината. Построена през 1754 г. от богат гръцки търговец на вино, тя е едновременно дом, изба и произведение на изкуството. Стенописи, дърворезби, огромни прозорци с венецианско стъкло, и под земята – дълбоки изби, в които отлежава



Останките от църквата „Свети Никола“

мелнишко вино. Тук идват туристи, любопитни да срещнат истинския разкош от миналото и да чуят вълновяващи истории.

Мелнишките пирамиди

Тези вълшебни кули от пясък са изваяни като храмове на природата. Тук древността диша време и се превръща в загадъчно съвремие, което туристите опитват да разгадаят. Тези образувания не са просто природен феномен, а вече са и символ на Мелник. Мелнишките пирамиди се извисяват като мистични пазители на града – остри, стръмни, с форми на замъци, кули, сфинксове, каквото позволи въображението. Създадени от вятъра, дъжда и времето, те променят цвета и сянката си с движението на слънцето. А разходката между тях е като вълшебна приказка, в която герой си самият ти.

Вино в избите

Тук всяка къща изба си има. Виното от широка мелнишка лоза се лее и отприщва сладкодумството. Казват – с топлина, характер и омая – като са



Красивите къщи на града

© Красимир Свраков

мия град. Легендата твърди, че дори Уинстън Чърчил поръчвал ежегодно бъчви от мелнишко вино. И не е чудно – земята и слънцето проговарят чрез виното. Затова и тук има Музей на виното.

Според изследователите етимологията на думата има славянски произход. Идва от старинната дума

„мел“ – „бяла глина, креда“, с които се означават заобикалящите Мелник скали. Този малък голям град става приказка без край за всеки, който дойде тук и се свърже с мястото и с историята. Той ще се върне отново и отново. За да го има Мелник и да не изчезне като образ, начертан с креда след дъжд. ☺



Панорамна гледка към Мелник

Исландски етюди



Рейкявик

В ЗЕМЯТА НА ОГЪН
И ЛЕД, КЪДЕТО
ДЕНЯТ НЕ ИСКА
ДА СВЪРШВА

✍ Цветозар Йолов

Наричат Исландия Земята на огъня и леда – и най-вероятно ще изпитате и двете ѝ състояния, може би и едновременно, независимо от сезона, в който сте там. Все пак логично е да отидете през лятото, или още по-добре – през май или септември. Тези два месеца са препоръчвани, защото, от една страна, все още обхващат частично сезона, когато самите исландци предпочитат да идат някъде на юг, което ще рече, че тогава туристическите услуги като нощувки, коли под наем и

турове са една идея по-достъпни, отколкото през летния сезон. А от друга страна – може да имате късмет да хванете и някои слънчеви дни, макар че в Северния Атлантически океан това никога не е гарантирано. Пък и в края на краищата, искате малко огън и малко лед, нали?

Случи се така, че аз попаднах там през май само за три дни, но първите два от тях бяха краят на цяла десетдневка от слънчеви дни, сини небеса и температури в ниските 20. Дадох ми да разбера, че такова време е пълно изключение за страната, затова не мога да препоръчам да се отиде непременно през май. Да уцелите хубав климат в Исландия си е чиста лотария, затова най-добре е да сте подготвени за всякакъв вид атмосферни условия.

Предимството на май месец е, че слънцето залязва чак към полунощ и

после изгрява към 4.30 сутринта. Така че ако сте от онези *Capre Diem* хора, определено ще разполагате с дни с голям размер. Ако обаче обичате да спите, удрят на камък, защото гори и през „нощта“ не става супер тъмно, а птичките продължават да пеят. И за капак, през май сезонът на полярното сияние е вече отминал, така че в „белите нощи“ и на него няма да може да се порадвате.

Но има вариант да запълните три дни в тази магическа земя, без да останете с усещането, че нещо сте пропуснали.

В ден първи може да разгледате Рейкявик (много е вероятно да отседнете именно там, а и това е единственото място, което носи усещането за град). Най-северната столица в света е достатъчно голяма, за да намерите всичко, което може да ви потрябва,

и да се чувствате свободен да дишате свежия исландски въздух, но и достатъчно малка, за да видите само за няколко часа всички местни забележителности и бързо да ги отметнете от списъка си. В центъра има и стар квартал с дървени къщи на по 300 години, макар че не им личи.

Недалеч е и известната къща Хьофди, където през 1986 г. целият свят е вперил очи в срещата между президентите Роналд Рейгън и Михаил Горбачов, с която двамата слагат края на Студената война.

Лобопитен факт, който малцина знаят за Исландия, е, че там бирата е била нелегална до 1989 г.! Кое е малко странно, понеже виното и спиртните напитки са си били законни по същото време. Обяснението е, че законодателите от по-консервативните райони във вътрешността на



Лутеранската църква Халгримскиркия е един от символите на най-северната столица



Градът може да се обиколи набързо

PIXABAY и Авторът



Националният парк Тингвелир

страната се страхували от това, че бирата като по-евтин и лек алкохол би привлякла младежта към порока на пиенето много по-лесно, и съответно това я прави по-опасна. Има логика.

Алкохолът, както във всички скандинавски държави, е очаквано скъп и в Исландия, но ако все пак искате да пробвате нещо типично, докато откривате нощния живот в най-северната столица на света, може да ударите един шот с бренивин (исландската водка), придружен от парче хакарл за мезе. Не казвам, че ще ви хареса - даже най-вероятно няма да ви се понрави никак, но пък после ще имате възможността да се похвалите, че сте хапвали ферментирала полярна акула. С уникален вкусов профил, който комбинира амоняк и урина, този деликатес заслужено е зает престижно място в класацията за най-гадно национално ястие. Но май споделих прекалено много и развалих изненадата...

Както и да е, никой, така или иначе, не отива в Исландия на кулинарен туризъм. Повечето хора са там, за да се насладят на извънземните пейзажи. За най-шурите от тях истината е, че ще ви трябва поне седмица, кола под наем и палатки, за да можете на спокойствие да стигнете до по-отдалечените точки. Но и за три дни има какво да се види недалеч от Рейкявик.

Най-популярен с организирани турове е т.нар. Златен кръг, където за един ден ще ви забедат до кратерното езеро Керуг (не съм сигурен дали е разрешено да танцуват хора в него - навярно не), гейзери, водопада Гулфос и Националният парк Тингвелир. Всяко едно от тези места е уникално с нещо, а дори ще видите и един от ледниците, макар и отдалеч.

Зоната на гейзерите реално има един впечатляващ гейзер (Големият),



Големият гейзер

който изригва на около 15-20 минути за радост на туристите, които чакат застинали с телефоните си. Малките гейзери са по-скоро като джакузита.

Водопадът Гулфос е нещо като исландската Ниагара и е запазен непокътнат благодарение на усилията на местна жена - Сигригур Томасдотир, която заплашвала да се хвърли в него, ако чуждестранни инвеститори построят ВЕЦ там.

Тингвелир е онова рядко срещано място, което е интересно и за геолози, и за историци, и за любители на природата. Там можете да видите къде две тектонски плочи се разделят - а като резултат всяка година Исландия расте с по-някой и друг сантиметър. Още едно напомняне как под земята все още всичко е в процес на развитие. Също така там се е събирал и най-старият парламент в света - Алтинг

(между 930 и 1798 г.). През първите векове там са се събирали кланови вождове от цялата страна за няколко дни, за да обсъждат важни въпроси, дори и да раздават правосъдие (и до ден днешен можете да видите малко езеро, където са били удавяни жени, осъдени на смърт, обезглавяването е било „запазено“ за мъжете). Всъщност, цялото нещо се е превърнало в панаир, с фермерски сергии и т.н.

За финал, не може да напуснете Исландия, без да сте се потопили поне веднъж в някой от термалните курорти. Балнеокултурата е толкова на почит сред местните, колкото и сред българите, ако не и повече. Най-известна е Синята Лагуна, но там е и най-скъпо, и въпреки интересния му цвят и лечебна бяла кал, езерото е всъщност изкуствено създадено и подхранвано с вода от близка геотермална електростанция. ⑩

Езерото Керуг



► **панорама** ◀

Питаме главните герои

ПЕТЪК | 21:00 ч. | БНТ 1



Открийте истински емоции
и наслада за сетивата в
Este Restaurant!



+359 879 814 323 | restaurant@este.bg | Николай Хайтов 3А, София



Reshaping expectations of care

We develop treatments that provide new options for patients and their families. Patients inspire us to pioneer therapies in new scientific spaces that deliver meaningful advances for the people who need them the most.

We are a global pharmaceutical company, working at the forefront of healthcare change to turn innovative science into value for patients.

Discover more at [astellas.com](https://www.astellas.com)

Astellas Pharma EOOD, 59, G. M. Dimitrov Blvd,
NV Tower Office Building, fl. 7, 1700 Sofia, Bulgaria,
Tel: +359 2 862 53 72, Fax: +359 2 862 53 77





NAVIBULGAR®
SINCE 1892

