

ИКОНОМИКА

economy
MAGAZINE

economic.bg

**ШИФЪРЪТ НА
ФИРМЕНОТО
ДЪЛГОЛЕТИЕ**

THE CORPORATE
LONGEVITY
CODE

**НЕТИПИЧНО, НО
БЪЛГАРСКО**

UNUSUAL, BUT
BULGARIAN

**ДА ПРОДАВАМЕ,
НО КАК**

LET'S SELL,
BUT HOW

**СТОЯН СТАВРЕВ:
ЧЕСТНОСТТА Е ОСНОВАТА
НА ПАРТНЬОРСТВОТО**

STOYAN STAVREV: HONESTY IS THE
FOUNDATION OF PARTNERSHIP

ISSN 1314-376X



9 771314 376013

ИЗБОРЪТ.
КЛЮЧЪТ КЪМ ДОБРИТЕ ФИНАНСОВИ РЕШЕНИЯ.



 **Postbank**
Private Banking



A M O D O R I A



България Мол
Ниво +2



8



38



74



82

8 Шифърът на фирменото дълголетие
The Corporate Longevity Code

20 Стоян Ставрев: Честността е основата на партньорството
Stoyan Stavrev: Honesty Is the Foundation of Partnership

28 Барометър на икономическото развитие
A Barometer of Economic Development

34 Доц. д-р Иван Костов: Без върховенство на закона демокрацията мутира в олигархична система
Assoc. Prof. Dr. Ivan Kostov: Without the Rule of Law, Democracy Mutates into an Oligarchic System

38 Миражът за глобално евро / The Mirage of a Global Euro

42 Задава ли се мания по паладия
Is a Mania over Palladium Coming Up

46 Светлана Проданова: Когато си мислиш, че повече не можеш, не спирай, а забързай
Svetlana Prodanova: When You Feel Like You Cannot Go Any Further, don't Stop, Speed Up

50 Лилия Георгиева-Столярчук: За постигането на една цел има много възможности
Liliya Georgieva-Stolyarchuk: There Are Many Possibilities for Achieving a Goal

54 Здравко Здравков: Технологиата идва след необходимостта от нея
Zdravko Zdravkov: Technology Comes After There Is a Demand for It

58 Бъдеще в кибер(не)сигурност
Future in Cyber(in)security

62 Новата европейска свръхрегулация
The New European Overregulation

66 Колко струва инвестицията в бъдещето на една държава
How Much Does It Cost to Invest In The Future Of A Country

70 Неравната надпревара с Големите четири
The Uneven Race with the Big Four

74 Новите предизвикателства пред марките
The New Challenges before Brands

78 Да продаваме, но как / Let's Sell, but How

82 Неписаният код на комуникацията / The Unwritten Code of Communication

86 Шумът, който продава / The Noise that Sells

90 Акад. Кирил Боянов: Интернет влияе на паметта и мисленето
Academician Kiril Boyanov: Internet Affects Memory and Thinking

Следващите 30

2019 година е специална за списание „Икономика“. Изданието става на 30 и този юбилей ни вдъхнови за специално отношение към нашите верни читатели и партньори, както и за редица специални събития.

Разлистит ли днешното издание, ще усетим колко много България и светът са се променили за тези 30 години. Юбилеят е повод да обърнем поглед назад, за да продължим още по-уверено напред.

Предстоят ни много приятни срещи през годината. Освен реговните броеве на списанието, подготвяме и луксозното издание „Успешните компании 3.0“. То е трето поред, но този път е вдъхновено от нашата 30-годишнина.

През май сп. „Икономика“ организира конференция „Следващите 30“. В програмата на събитието ще са именити лектори от страната и чужбина, които ще опитат да очертаят тенденциите пред България и света. Трудна задача с оглед на динамичната промяна, характерна за новото време.

Темата на броя за доброто бизнес здраве и дълголетие е важна както за стартиралия бизнес, така и за компаниите, които имат по-дълга история зад гърба си. Всяка организация има какво да добави към нея, но и какво да научи от споделения опит.

Да станеш на 30 – означава вече да си добил осъзнатост и увереност. Затова, казваме ние, смело напред към всичко, което предстои.

Приятно четене!



НЕВЕНА МИРЧЕВА
главен редактор

NEVENA MIRCHEVA
Editor-in-Chief

The Next 30

2019 is a special year for Economy Magazine. The magazine turns 30 and this anniversary inspired us to give some special treatment to our faithful readers and partners, as well as to plan a number of special events.

If we turn the pages of today's edition, we will feel how much Bulgaria and the world have changed for these 30 years. An anniversary is a reason to look back in order to keep on going forth even more confidently.

There are many pleasant meetings coming up during this year.

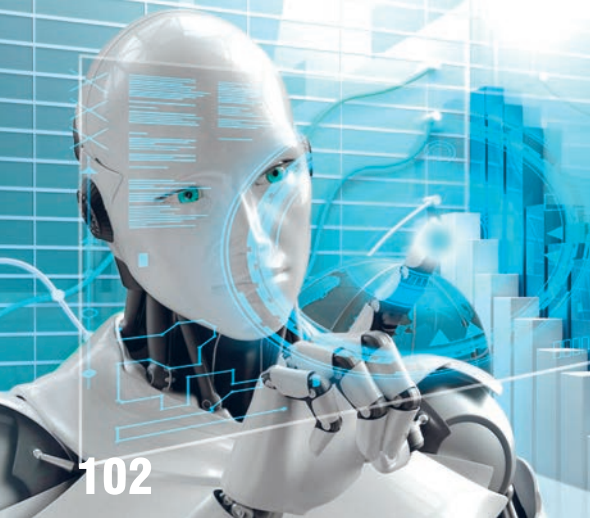
Besides the regular issues of the magazine, we are also preparing the luxury edition "The Successful Companies 3.0". It is the third in a row, but this time it will be inspired by our 30th anniversary.

In May, Economy Magazine is organizing the Next 30 conference. Distinguished lecturers from Bulgaria and abroad will be included in the program and will try to outline the trends in the country and around the world. And that's a difficult task, in view of the dynamic change, typical for the modern times.

This issue's topic of good business health and longevity is important both for start-ups and companies with a longer history behind them. Every organization has something to add to it, but also something to learn from the shared experience.

Being 30 means that you have already gained awareness and confidence. Therefore, we say – let's step boldly towards everything that awaits us.

Enjoy your reading!



94 Знание в ерата на Индустрия 4.0
Knowledge in the Age of Industry 4.0

98 Говорещата ръка / The Talking Hand

102 В деня, когато машините са по-умни от нас
On the Day When Machines Will Be Smarter than Us

106 Автомобилите - лесна мишена на кибератаки
Cars - an Easy Target for Cyberattacks

110 Да си купите ли електрически автомобил?
Should You Buy an Electric Car?

114 ING – 25 години в България с поглед напред
Celebrating 25 years of ING in Bulgaria and Beyond

120 Галина Софрониева: Всяка година повишаваме нивото на ангажираност на служителите
Galina Sofronieva: Every Year, We Manage to Increase the Level of Engagement of Our Employees

122 Бизнес от майки за майки
Business from Mothers for Mothers

126 Flat Manager помага имотът да работи за вас
Flat Manager Helps for Your Property to Work for You

130 Бизнес на едно ухо разстояние
Business at an Ear Distance

134 Нетипично, но българско / Unusual, but Bulgarian

140 Време за добри дела / Time for Good Deeds

144 Четири поколения превръщат „Мицигус“ в марка №1 в Кипър
Four Generations Have Turned Mitsides into the No.1 Brand in Cyprus

148 Паниката, наречена екологичен кредит
The Panic Called an Ecological Credit

152 Рейтингова система по Оруел
Orwell's Rating System

156 Законите на Космоса
The Laws of Outer Space

160 Електроцентрала в Космоса
Power Plant in Space

164 Златните ръце на терапевта
The Golden Hands of the Therapist

168 Езикът на изрисуваното тяло
The Language of a Painted Body

172 Оазис на изкуството в центъра на София
An Oasis of Art in the Centre of Sofia

178 Недялко Славоу: Всеки сам избира дали да е щастлив
Nedyalko Slavov: Everyone Makes Their Own Choice Whether to Be Happy or Not

186 Манастирът, който спасява / The Monastery that Saves



106



134



156

Economy Magazine, Sofia 1111, Yavorov, bl. 73, fl. 6, ap. 11p Tel.: (02) 852 9696; (02) 852 9699; e-mail: office@economic.bg
Publisher: Media Economy Bulgaria, CEO: Boyan Tomov, Editor in Chief: Nevena Mircheva
Accountancy: Sofiya Strelkova; Advertising and Marketing: ilkova@economic.bg; katzarova@economic.bg
Editor: Tatyana Yavasheva; Authors: Aleksandra Sotirova, Aleksandar Aleksandrov, Bozhidara Ivanova, Branislava Bobanats, Veronika Toneva; Vladimir Mitev, Maya Tsaneva, Preslava Georgieva, Tsvetan Petrov; Translation: Mediana BG
Design: Eduard Lilov; Photo: Krasimir Svrakov; Cover Photo: Aleksander Nishkov
Print: Dedrax JSC; Distribution: Media Economy Bulgaria

Apple iPad

Повече от компютър



от **31⁹⁹** лв./мес.
с план от А1

A1

Посочена е мес. вноска по 2-год. договор за продажба на изплащане в пакет с нов 2-год. абонамент за А1 ONE Unlimited 5XL след положителна оценка на кредитоспособността. Предложението е валидно от 21.01 - 31.03.2019 г. или до изчерпване на количествата. За повече информация: www.a1.bg и магазините на А1 България.



ШИФЪРЪТ на фирменото дълголетие

Всяка компания има свой „компас“ в пазарните реалности и сама намира път в лабиринта на промените. Универсалните рецепти може и да помагат, без да са чудогоеен лек

Every company has its own "compass" to navigate it in the market realities and to find its own way in the labyrinth of changes. Universal recipes can help but they are not a miraculous cure

The Corporate Longevity Code



Татяна Явашева  Tatyana Yavasheva

Фирмите и хората си приличат по това, че се раждат, живеят, залязват и други се появяват на тяхно място. В този икономически лабиринт има компании, които съществуват кратко, други имат бурен живот, а някои умеят да минават през всички трудности и се радват да са полезни на хората. Ако има формула за фирмено дълголетие, тя вероятно се крие в отговора на въпроса как се създава английска ливада: „Косиш-поливаш, косиш-поливаш и така 300 години“. Тази е чисто формалната страна. Съществуващият фактор изглежда е в това, че въпреки промените на нагласи, обстоятелства и технологии, те винаги намират начин да са нужни на хората. Има ли необходимост от продуктите и услугите на дадена компания, дава ли тя стойност, ще е търсена и ще я има.

Низ от решения

Повога да се фокусираме върху темата за фирменото

Companies and people are alike in regards to being born, existing, setting down and others emerging in their place. In this economic labyrinth, there are companies that are short-lived, others have a turbulent life, and some that can go through all the difficulties and enjoy being useful to people. If there is a formula for corporate longevity, it is probably hiding in the answer to the question of how an English lawn is created: "mowing-watering, mowing-watering and doing that for 300 years". This is the purely formal side. The essential factor is that, in spite of changes in attitudes, circumstances, and technologies, they always find a way to be useful to people. If there is a necessity for the products and services of a company, if it adds value, it will be sought after and it will continue to exist.

A String of Decisions

The occasion to focus on the topic of corporate

дълголетие е юбилеят на нашето списание, което три десетилетия е на пазара. Много медии вече не съществуват, а ние се питаме кои организации имат шанса да живеят дълго и добре. Едва ли ръководството на някоя компания се събужда всяка сутрин с мисълта да патентова своя рецепта за фирмено дълголетие. Просто всеки ден в тези организации се търсят отговори на конкретни въпроси, свързани с развитието и оцеляването. Дългият живот на дадена компания е резултат от безброй всекидневни битки, от намесата на много фактори и от стечения на обстоятелства, дали възможност въпреки трудностите и изпитанията от най-различен характер компанията да оцелее.

Полезни съставки

Фирмената философия е важна, тя дава устоите на организацията. Много от компаниите признават, че иновативността е съставна част на модела им за устойчивост. Търсят нови нестандартни решения, които дават конкурентно предимство на техните клиенти и на тях самите. Екипността също не е празно понятие, а е двигател на издръжливостта на всеки бизнес. Коректност и почтеност, креативност и трудолюбие, гъвкавост и високо качество, умения да си в крак с очакванията, но и способност да създаваш очаквания – всичко това е важно в пътя напред. Какво ли още...

По темата за фирменото дълголетие се обръщаме към бизнес лидери на компании, които са в различни сектори, с различен опит, мащаби и пазарно присъствие.

longevity is the anniversary of our magazine, which has been on the market for three decades. Many media no longer exist, and we are asking ourselves which organizations have the chance to live long and well. Hardly any management of a company wakes up every morning with the idea of making a patent for its recipe for corporate longevity. It is just that every day in these organizations answers to specific issues regarding their development and survival are looked for. The long life of a company is the result of countless daily struggles, the interference of many factors and the coincidence of circumstances, which have created an opportunity for the company to survive, despite the difficulties and trials of all sorts.

Useful Ingredients

Company philosophy is important, it defines the core of an organization. Many companies recognize that innovation is an integral part of their sustainability model. They are looking for new non-standard solutions that give a competitive advantage to their customers and to themselves. Teamwork is also not a hollow concept, it is the engine of the endurance of any business. Accuracy and integrity, creativity and diligence, flexibility and high quality, the ability to keep up with expectations, but also the ability to create expectations - all these are important in the way forward. What else...

On the topic of corporate longevity, we turn to business leaders of companies in different sectors with different experience, scale and market presence.



Доц. г-р инж. Никола Добрев,
председател на Съвета на директорите
на КЦМ 2000 АД и на Надзорния
съвет на КЦМ АД:



*Assoc. Prof. Dr. Nikola Dobrev,
Chairman of the Board of Directors of
KCM 2000 AD and of the Supervisory
Board of KCM AD:*

Търсим нестереотипни и иновативни подходи

We Are Looking for Non-Stereotypical and Innovative Approaches

Инж. Добрев, тази година сп. „Икономика“ става на 30, а КЦМ е на близо 2x30. На какво най-общо се крепи дълголетие на една компания, като тя има не само дълъг живот, но и успешно се развива?

- Дълголетие на всяка фирма зависи от възможността и уменията ѝ своевременно да влиза в унисон с променящата се пазарна и конкурентна среда, без да излиза от морала и честните бизнес отношения.

- **Имате привилежията да ръководите успешно предприятие. От позицията на опита – какво трябва да се прави, че компанията да не излезе от релсите?**

- Всяка компания трябва да има изчистени понятия за мисия, визия и пазарно поведение, които да са постоянно актуални за интересите на икономиката и обществото.

- **Конкуренция, глобализация, технологии, Индустрия 4.0 – в този контекст отговор на какви въпроси се налага да търсите?**

- Индустрия 4.0 е ново предизвикателство за конкурентната способност на продуктите, предлагани на пазара. За мен най-приоритетната ни задача остава подготовката и мотивацията на хората да се впишат в изискванията за дигитализация на процесите.

- **Припомнете някой от най-трудните моменти за вас като ръководител, в който се е решавала съдбата на КЦМ. Кое изигра позитивна роля?**

Eng. Dobrev, this year Economy Magazine turns 30 and KCM is close to being 2x30. What would you define as the main reason for the longevity of a company, which not only has a long life, but is also developing successfully?

- The longevity of each company depends on its ability to comply with the changing market and competitive environment in a timely manner, without going beyond morality and honest business relationships.

- **You have the privilege to lead a successful venture. From the position of experience - what should a company do, so that it does not go off the rails?**

- Each company must have clear concepts of its mission, vision and market behaviour, which should be constantly relevant to the interests of the economy and society.

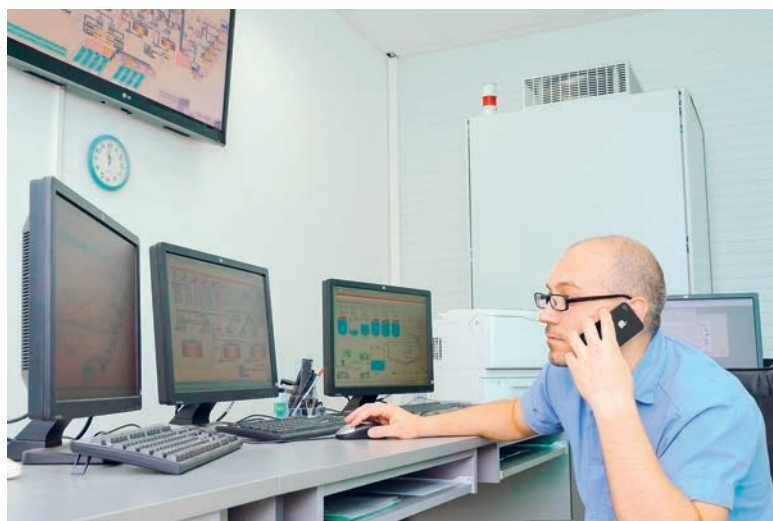
- **Competition, globalization, technology, Industry 4.0 - in this context, which questions do you need to seek answers to?**

- Industry 4.0 is a new challenge for the competitive ability of products on the market. For me, our primary task remains the preparation and motivation of people to embrace the requirements for the digitalization of processes.

- **Recalling some of the most difficult moments for you as a manager, when the fate of KCM was being decided, what has played a positive role?**

Всяка компания трябва да има изчистени понятия за мисия, визия и пазарно поведение, които да са постоянно актуални

Each company must have clear concepts for its mission, vision and market behaviour which have to be constantly up to date



”

Индустрия 4.0 е ново предизвикателство и най-важната ни задача е подготовката и мотивацията на хората да се впишат в изискванията за дигитализация на процесите

Industry 4.0 is a new challenge and our most important task is the preparation and motivation of people to embrace the requirements for the digitalization of processes

“

- В 60-годишната история на нашата компания, от която повече от 30 години имам отговорността да я ръководя, е имало много критични ситуации, породени от вътрешни и външни причини. Винаги сме успявали да излезем от тях, защото сме били наясно с проблемите и сме търсили нестереотипни и иновативни подходи. За това и нашият девиз е „Устойчивост в развитието“.

- **Големите компании имат едни проблеми, малките – други. Стига се до момент, когато пълният контрол от страна на основателя слага таван на растежа. Вашият съвет за здравословната промяна, която ще им позволи да растат?**

- Не съветвам да се следват рецепти и готови решения. Всяка фирма, малка или голяма, още със стартирането си трябва да е наясно с целите, които си поставя, мащабите и възможностите за растеж. Не трябва да се абсолютизират количествените нараствания. Иновативният растеж, дори и при неголям обемен ръст, води до висока конкурентност и по-висок доход.

- **Вие сте добрият пример за успешен индустриалец със знания, страст и визия. Как се гради подобен респект и уважение?**

- Преди всичко човек трябва да бъде честен и отговорен за своето поведение и действия, да уважава труда и откритостта на хората, с които работи. Да оправдава доверието на екипа, с който работи! Така идват и респектът, и уважението.

- **Някои от най-важните моменти от живота си събрахте в автобиографичната си книга „Срещи по пътя“. Какво бихте казали на будисткия лама, ако с него проведете разговор за бизнес дълголетие?**

- На милия лама Чува ще му кажа, че за да има дълголетие в бизнеса, ние ще спазваме философията на хилядолетните религии и ще отстояваме правото си за съществуване, за да правим хората по-щастливи.

- **Вие сте „Мистър Икономика 2015“. Какво ще пожелаете на сп. „Икономика“?**

- Списание „Икономика“ да достигне и задмине дълголетие на КЦМ и да бъде добър комуникатор в бизнес средата на България.

- *In the 60-year history of our company, of which I have been responsible for leading it for more than 30 years, there have been many critical situations due to internal and external reasons. We have always managed to get out of them because we were aware of the problems and we were looking for non-stereotypical and innovative approaches. This is why our slogan is "Sustainability in Development".*

- **Big companies have one kind of problems, small ones - other. A moment comes when the full control of the founder puts a limit on growth. Your advice for a healthy change that will allow the company to grow?**

- *I do not advise to follow prescriptions and ready-made solutions. Every company, small or large, should be aware of its goals, scale and growth potential at the start of the project. Quantitative increases should not be absolutized. Innovative growth, even with a small volume growth, leads to higher competitiveness and higher income.*

- **You are the good example of a successful industrialist with knowledge, passion and a vision. How does one build such respect towards themselves?**

- *First of all, one must be honest and responsible for their behaviour and actions, respect the work and honesty of the people they work with. To justify the trust of the team they work with! That is how respect is earned.*

- **You have gathered some of the most important moments of your life in your autobiography "Meetings on the Road". What would you say to the Buddhist lama if you talk to him about business longevity?**

- *To the dear Chuva lama, I will tell that in order to have longevity in business, we will observe the philosophy of millennial-old religions and stand up for our right to exist in order to make people happier.*

- **You are Mister Economy 2015. What would you wish to Economy Magazine?**

- *For Economy Magazine to reach and outpace the longevity of KCM and to be a good communicator in the business environment in Bulgaria.*



Снежана Семова,
управител на Сен Гобен Констракшън
Продъкмс България ЕООД,
направление Weber:



*Snezhana Semova is General Manager
at Saint-Gobain Construction Products
Bulgaria, Weber Division*

Иновациите движат прогреса

Innovations Drive the Progress

Дълга история нишат онези
компани, които гледат
напред в бъдещето

*Companies that look forward
to the future are the ones that
leave a long history behind*

Снежана Семова, работите за компания с над 350-годишна история. Успяхте ли да разберете тайната на фирменото дълголетие?

- Над 350-годишната история на групата Saint-Gobain е впечатляваща. За този период световната история е видяла множество обрати, които са били предизвикателство и възможност пред една компания. Способността ѝ да развива качествени продукти и решения и да ги подкрепя със съответната услуга, от една страна, да се адаптира и гради стратегия, от друга, както и да управлява ефективно финансовите си и човешки ресурси е ключово условие за дълголетие. Устойчивото присъствие на компанията се гарантира и от постоянното въвеждане на иновации.

- Днес има ентузиазъм да се създават стартапи, но много от тях са с твърде кратък живот. Групата Saint-Gobain обаче съществува повече от три и половина века, има присъствие в 67 страни. Как успява не само да се съхрани, но и да разширява своите граници като производство, пазари и влияние?

- Обединяването на традиционен бизнес модел, стъпващ на дългосрочни стратегии, не е в конфликт с този на стартапите. По-скоро търсенето на коопериране и партньорството между двата модела може да осигури новаторство и устойчивост в едно. Истински пример за такъв тип допълване е групата Saint-Gobain. Тя е създавала в структурата си компанията NOVA, чиято задача е да идентифицира и насърчава партньорства със стартиращи предприятия, инкубатори и акселератори.

- Каква е формулата за успех и дълголетие, която научихте в Saint-Gobain?

- Дълголетие и успехът на служителите в компанията е винаги низ от фактори. Субективният елемент е с огромна тежест – ако си амбициозен, търпелив, лоялен и позитивен, си добре приет в организации като Saint-Gobain. Компанията е насочена към идентифициране на таланти и се отнася с отговорност към техните нужди. Тук процесът е двустранен, ако си си начертал желаната кариера и съзнаваш постоянната нужда от усъвършенстване, готов си да поемаш отговорно следващи

Mrs Semova, you are working for a company with over 350 years of history. Did you manage the find the secret of company longevity?

- The over 350-year history of the Saint-Gobain Group is impressive. For this period, world history has seen many twists and turns that have been a challenge and an opportunity for a company. Its ability to develop quality products and solutions and to support them with the relevant service, on the one hand, to adapt and build a strategy, on the other hand, and to manage its financial and human resources effectively is a key condition for longevity. The sustainable presence of the company is also ensured by the constant introduction of innovations.

- Today, there is enthusiasm to create startups, but many of them have a very short life. The Saint-Gobain Group, however, has been in existence for more than three and a half centuries and has a presence in 67 countries. How does it succeed not only to preserve, but also to expand its borders in terms of production, markets and influence?

- Combining a traditional business model, based on long-term strategies, is not in conflict with the one of start-ups. It is rather the cooperation and the partnership between the two models that can provide innovation and sustainability all in one. A real example of this type of supplementation is the Saint-Gobain Group. Part of its structure is the NOVA company, whose task is to identify and promote partnerships with start-ups, incubators and accelerators.

- What is the formula for success and longevity you have learned in Saint-Gobain?

- Longevity and success of employees in the company is always a string of factors. The subjective element is enormous - if you are ambitious, patient, loyal and positive, you are well accepted in organizations like Saint-Gobain. The Company is focused on identifying talent and is treating their needs responsibly. Here the process is two-sided, if you have chosen your desired career and are aware of the constant need for improvement, ready to accept future challenges

предизвикателства, то в средата на големи корпорации можеш да се реализираш и да останеш дълго.

- Групата присъства на българския пазар вече 20 години, а през 2019-а заводът на Weber в Костинброд става на 10. От какво ще зависи бизнесът в България да расте и да откривате нови производства?

- Строителната индустрия се развива с темпо, което е свързано с темпото на икономиката ни. Нуждите на пазара от нови жилища, инвестиции в производствени и търговски сгради и демографският фактор са движеща сила. Търсещите по-висок комфорт, уют и сигурност потребители, от друга страна, ще инвестират в реновиране на своите домове. Всичко това определя развитието на бранша и нуждата от производството на строителни материали – сегмент, в който се развиваме и ние. През 2001 г., когато стартира компанията, първо се говореше за нуждата от енергоефективни мерки и топлоизолации на сградите. Днес това е вече регулирано в стандарти и наредби, но се сблъскваме с основния проблем – тяхното спазване и постигане на качество, което гарантира дълготраен ефект. Нашата амбиция е да сме част от кръга на фирмите, които не спират да създават иновативни и по-ефективни решения, да следим за правилното им прилагане и активно да участваме в мерки за повишаване на професионализма сред изпълнители и строители.

- Сигурно имате трудности, но по-важно е как ги преодолявате?

- Смятам, че компаниите, развиващи се на българския пазар, не могат да се оплачат от липса на предизвикателства. Твърдо вярвам, че трудностите са причината да има толкова иновативни подходи в бизнеса, нови и различни решения, които предлагаме и ни се предлагат. Ние преодоляваме предизвикателствата с разум, логика, позитивизъм, отговорност и яснота за последиците. Убедена съм, че именно начинът, по който се справяме с трудностите, ни отличава и ни прави по-силни.

- Компаниите са компании, но те се управляват от хора. Доколко хората правят компаниите и доколко успехът зависи от онези, които са начело?

- Постулатът „Най-ценното в една компания са хората“ е в пълна степен валиден за Saint-Gobain. Доказателство за това е фактът, че за четвърта поредна година Групата получи престижния сертификат „Най-добър работодател в света“, присъден от Top Employers Institute.

- Светът се променя, технологиите - също. Пред какви предизвикателства се изправяте самата вие, за да продължи да го има

with responsibility, then you can find realization and stay for a long time in the environment of large corporations.

- The group has been present on the Bulgarian market for 20 years and in 2019, the Weber Factory in Kostinbrod turns 10. What will determine the possibilities for the business in Bulgaria to grow and for the company to open new productions?

- The construction industry develops at a pace that is related to the pace of our economy. The needs of the market for new homes, investment in manufacturing and commercial buildings, and the demographic factor are a driving force. On the other hand, consumers who are seeking higher comfort, coziness and security, will invest in renovating their homes. All this determines the development of the sector and the need for the production of building materials - a segment in which we are also developing. In 2001, when the company



бизнесът, който ръководите?

- Технологиите са възможност за нашата индустрия. Индустрия 4.0 въвежда автоматизацията на всеки един от процесите в едно производство, включва и логистиката към клиентите, изключва всякакъв риск за работещите, увеличава производителността и прави конкурентна себестойността на продукцията. Когато си в наситен пазар с ограничено търсене, технологиите раждат иновации, свързани с прилагане на продуктите ни. Навлизането на 3D принтирането в изграждането на бетонови конструкции е едно от тях. Сигурно е, че технологиите променят невъзвратно нашия живот, надявам се основно в положителна посока.

- **Според Вас дълга история пишат онези компании, които...**

- ... гледат напред в бъдещето!



was launched, the subject of the need for energy-efficient measures and thermal insulation of buildings has just been raised. Today, this is already regulated in standards and rules, but the main problem is with their compliance and the achievement of quality that ensures lasting results. Our ambition is to be part of the circle of companies that do not stop creating innovative and more effective solutions, to monitor their proper implementation and to actively participate in creating measures to increase the level of professionalism among contractors and builders.

- You must have difficulties, but more importantly, how do you overcome them?

- I think companies on the Bulgarian market cannot complain about lack of challenges. I firmly believe that the difficulties are the reason for having such innovative business approaches, new and different solutions that we offer and we are being offered. We overcome the challenges with reason, logic, positivism, responsibility and clarity about the consequences. I am convinced that it is precisely the way we deal with the difficulties that distinguishes us and makes us stronger.

- Companies are companies, but they are run by people. To what extent people make the companies and to what extent success depends on the ones in charge?

- The saying "The most valuable resource of a company are its people" is fully applicable to Saint-Gobain. Evidence for this is the fact that for the fourth consecutive year the Group received the prestigious certificate "Best Employer in the World", awarded by the Top Employers Institute.

- The world is changing, technology, too. What challenges do you yourself face to keep the business you manage running?

- Technology is an opportunity for our industry. Industry 4.0 introduces the automation of each of the processes into a single production, it also includes logistics to customers, excludes any risk to employees, increases productivity, and makes production cost competitive. When you are in a saturated market with limited demand, technology brings innovations in regards to the application of our products. The introduction of 3D printing into the construction of concrete structures is one of them. What is certain is that technology is irreversibly changing our lives, I hope in a positive direction.

- In your opinion, a long history is written by those companies which...

- ... look forward into the future!

” Преодоляваме предизвикателствата с разум, логика, позитивизъм, отговорност и яснота за последиците

We overcome the challenges with reason, logic, positivism, responsibility and clarity about the consequences “

Деян Василев,
основател и изпълнителен директор
на MoitePari.bg и Creditland.bg:



Deyan Vassilev,
founder and Executive Director of
MoitePari.bg и Creditland.bg:

Мечта на предприемача е фирмата да го надживее

The Entrepreneur's Dream Is for the Company to Outlive Them

Г-н Василев, вие сте предприемач и с какво темата за фирменото дълголетие ви вълнува?

- За мен това е много важна тема. Пет години след като създадох фирмата, научих за статистиката, според която 95% от новостартиралите бизнеси затварят до третата година. Но това не бива да обезкуражава нито един предприемач, а тези, чиито фирми са на повече от 3 години – поздравления!

- От позицията на вашия близо 15-годишен предприемачески опит – кои са някои от условията, от които зависи фирмата да живее по-дълго?

- Смятам, че важно условие за фирменото дълголетие е основателите да имат лична мисия, която да съвпада с мисията на компанията. След като завърших Американския университет в Благоевград, работих в одиторска фирма, а после и в софтуерна компания. Този опит ми помогна да направим сайта „Моите пари“, чиято мисия е да помага на хората да сравняват финансови продукти. Имахме тежки моменти и ако не вярвах, че това е и моето лично призвание, щях отпадна да съм се отказал от този бизнес. Особено тежко беше през финансовата криза от 2008 до 2011 г., после настъпи и време на подем.

- Какъв фактор е доверието?

- Когато си първи в дадена ниша, трябва да градиш доверие към новия за клиентите продукт или услуга. Доволните клиенти правят бизнеса дългосрочен, но е нужно да имаш и визия за развитието. Предизвикателствата никога не спират, трябва постоянно да се доказваш, да следиш тенденциите и винаги да си в крак с времето. Един продукт или услуга може да са били хит в продължение на години, но конкуренцията и технологиите бързо могат да променят интереса на клиентите. Затова услугите трябва постоянно да се подобряват и да се въвеждат нови. И това да е част от ДНК-то на компанията.

- Дигиталната трансформация обаче започва да пренарежда пъзела във финансовата сфера. Какво правите, за да не се окажете изненадани от промяната?

- Има примери за редица успешни компании, които не могат да влязат в крак с новите технологии и пазарът ги измества. Във финансовата сфера се забелязва ускорено навлизане на онлайн играчи и банки без нито един клон, предлагат се по-евтини разплащания, появяват се платформи за споделено кредитиране и инвестиране. Но клиентите продължават да имат нужда от доверие. Технологиите не заместват доверието, но без иновации

Mr. Vassilev, you are an entrepreneur, how does the subject of corporate longevity concern you?

- For me, this is a very important subject. Five years after creating the company, I learned about the statistics, according to which 95% of the newly-started businesses close down until the third year. But this should not discourage any entrepreneur, and to those whose companies are more than 3 years old - congratulations!

- From the position of your nearly 15 years of entrepreneurial experience - what are some of the conditions which the company longevity depends on?

- I believe that an important condition for company longevity is for the founders to have a personal mission that matches the mission of the company. After graduating from the American University in Blagoevgrad, I worked in an audit firm and then in a software company. This experience helped me create the "Moite Pari" website, whose mission is to help people compare financial products. We have had hard times, and if I did not believe it was my personal calling, I would have given up on this business a long time ago. It was particularly hard during the financial crisis from 2008 to 2011, after which there was a time of upsurge.

- How big of a factor is trust?

- When you are the first one in a niche, you need to build trust in the new product or service among customers. Satisfied customers make the business a long-term business, but you need to have a vision for development. Challenges never stop, you have to constantly prove yourself, keep track of trends and always be up-to-date. A product or service may have been a hit for years, but competition and technology can quickly change the preference of customers. Therefore, services need to be constantly improved and new ones have to be introduced. And that's part of the DNA of the company.

- Digital transformation, however, begins to rearrange the puzzle in the financial sector. What are you doing to avoid being caught unprepared by the change?

- There are examples of a number of successful companies that couldn't keep pace with new technologies and the market is shoving them out. In the financial sector, there is an accelerated penetration of online players and banks without a single branch, cheaper payments are offered, shared lending and investment platforms appear. But customers still need to have trust. Technology does not replace trust, but without innovation, others will displace you. The Bulgarian market is developing with about a 5-10 years delay from central European markets, not to mention Western Europe and the US - this allows us to avoid some of their mistakes. Therefore, it is very important

обаче друг ще те измести. Българският пазар се развива с около 5-10 години забавяне от централноевропейските пазари, да не говорим за Западна Европа и САЩ – това дава възможност да избегнем някои техни грешки. Затова трябва много добре да се прецени моментът за нововъведения, тъй като понякога, ако предложиш нещо прекалено рано, то няма да се приеме от клиентите. Тук хората са по-консервативни или регулациите по-тромави. Виждаме как Uber не бяха допуснати у нас или пък как не се позволява дигиталното застраховане. Мое убеждение е, че ако еволюираш с нуждите и нагласите на своите клиенти, ще си бранд, който те ще продължават да ползват.

- Настъплението на финтех компаниите води ли до промени във вашия бизнес?

- Да, добавяме новите небанкови кредитодатели, сравними с цените, на които банките предлагат кредити. Следим внимателно процесите и забелязваме, че големите технологични гиганти създават финтех компании, които ще променят пазара. Това, което не се променя въпреки променящите се технологии, е, че клиентът иска да има доверено лице, консултант или посредник, който да го насочва правилно. За нас е важно

to consider the right moment for innovations, as sometimes if you offer something too early, it will not be accepted by the customers. Here people are more conservative or regulations are more cumbersome. We see how Uber was not accepted here or how digital insurance is not allowed. My belief is that if you evolve with the needs and attitudes of your customers, you will be a brand that they will continue to enjoy.

- Does the advance of fintech companies lead to changes in your business?

- Yes, we add the new non-bank lenders, offering loans at prices comparable to those of banks. We keep a close eye on the processes, and we notice that big tech giants create fintech companies that will change the market. What remains constant despite the changing technologies is that the client looks for a trusted person, a consultant, or an intermediary to guide them properly. It is important for us to remain a trusted place where customers can compare impartially the different products, and receive good credit and financial advice.

- Even if it means earning less in order for the customer to win?

- There are really situations when we get less earnings from commissions because we recommend the best product for the customer, not the one that will bring more financial benefits to us. But it's also part of the recipe for longevity – you shouldn't gain profit on the back of the customer. If you do it without adding any value, it will be up to a point. In addition to "Moite Pari" and "Creditland", our trusted customers will be able to use our new savings management service. However, customers will have to pay for the financial planning service. You see that we are changing as well.

- Which is more important for an entrepreneur - to manage their business in a way that it has a long life or to be able to close down a business and start a new one?

- During a company's development, a watershed is reached



Не бива да печелиш на гърба на клиента – това е част от рецептата за дълголетие

You should not gain profit on the back of the customer - this is part of the recipe for longevity

да останем доверено място, където клиентът може да сравни безпристрастно различните продукти, да получи добър кредитен и финансов съвет.

- Дори когато печелите по-малко, за да спечели клиентът?

- Наистина има моменти, когато получаваме по-малък приход от комисиони, тъй като препоръчваме най-добрия за клиента продукт, а не онзи, който ще донесе по-голяма финансова изгода за нас. Но това също е част от рецептата за дълготие – не бива да печелиш на гърба на клиента. Ако го правиш и не добавяш стойност, то ще е го време. Освен чрез „Моите пари“ и „Кредитланд“, нашите доверени клиенти ще могат да ползват новата ни услуга за управление на спестяванията. При нея обаче клиентите ще си плащат за услугата за финансово планиране. Виждате, че и ние се променяме.

- Кое е по-важно за предприемача – да управлява бизнеса си така, че да има дълъг живот, или да е в състояние да закрие един бизнес и да стартира нов?

- При развитието на фирмата се стига до един вогдел, когато бизнесът не може повече да е под пълния контрол на предприемача – това ще е таван за растежа. Той трябва да се научи да делегира управлението. Предизвикателството е как да направиш така, че фирмата да те надживее и да се развива, дори когато ти няма да си начело. Не по-малко предизвикателно за предприемача е да излезе от фирмата, продавайки я на стратегически инвеститор, без тя да загуби мисията си. Като предизвикателство, това е съпоставимо с процеса на стартиране на компанията. От майка тигрица и ходеща бариера на бизнеса предприемачът трябва да открие формулата на собствената си трансформация. Той трябва да намери подхода как да повери юздите на хора, които дори по-умело от него ще управляват бизнеса. Искане се да намираш точните хора, да им предадеш знания и да ги упълномощиш да вземат решения.

- Как точно да стане това?

- Трябва да се въведат фирмени процеси, които да не зависят от собственика, неговите идеи и прищевки. Това е въпрос, на който предстои и аз да намеря своя отговор. Чета книги как собствениците да работят не в бизнеса си, а върху бизнеса си. Това е работа от друг порядък. Собственикът все повече да е в ролята на треньор, а други да са на терена. Един бизнес не би бил купен, ако фирмената култура се свежда до това собственикът да е държал всичко под свой контрол. В един момент просто трябва да намериш начин да оставиш „детето“ ти да порасне извън твоята опека, но как точно - това е въпрос за 1 млн. долара. Умение е да създадеш лоялност към бранда у своите служители и вяра в мисията на компанията. (1)

at some point, when the business can no longer be under the full control of the entrepreneur - this will limit its growth. One must learn to delegate the management. The challenge is how to make your business outlive you and continue to grow, even when you are not in the lead. No less challenging for the entrepreneur is to leave the company, selling it to a strategic investor without it losing its mission. As a challenge, this is comparable to the start-up process. From being a mother tigress and a walking barrier to business, the entrepreneur has to discover the formula of one's own transformation. They have to find a way to entrust the leadership to people who will manage the business even better. One needs to find the right people, to transfer one's knowledge and give them power to make decisions.

- How exactly is that supposed to happen?

- Business processes that do not depend on the owner, his ideas and whims must be introduced. This is a question that I need to find an answer to for myself, too. I read books on how the owners should work not for their business, but on their business. This is another kind of work. The owner to be increasingly in the role of a coach, while others to be on the field. A business would never be bought if the company's culture comes down to the owner keeping everything under his control. At one point, you just have to find a way to let your "child" get out from under your wing, but how to do that – that's a million-dollar question. The ability to foster loyalty to the brand and faith in the mission of the company in your employees. (1)

”

Труден момент за основателя е да предаде юздите на хора, които може дори по-добре от него да управляват компанията

It is a difficult moment for the founder to pass the leadership of the business to people who can manage it even better

“

КМЕТ НА ГОДИНАТА ²⁰¹⁵ за мандат ²⁰¹⁹

Моят град е №1 в

Дайте оценка на кмета си и
предложете категории
за конкурса на [**kmeta@kmeta.bg**](mailto:kmeta@kmeta.bg)

Очаквайте през септември
7-то национално гласуване и победителите

Стоян Ставрев: Честността е основата на партньорството

Всеки договор е
една отворена
или затворена
врата в бъдещето

Стоян Ставрев е управител и собственик на „Българска консултантска организация“ ЕООД. Компанията е лидер в предоставянето на услуги за публични и частни организации с цел повишаване на техния институционален и производствен капацитет, а също в разработването на политики и управление на проекти, финансирани от европейските фондове, националния бюджет и различни финансови институции. Стоян Ставрев е съпредседател на комитетите за европейски програми, проекти и образование в КРИБ.

Stoyan Stavrev: Honesty Is the Foundation of Partnership

Stoyan Stavrev is the manager and owner of Bulgarian Consultancy organization EOOD. The company is a leader in the provision of services to public and private organizations, in order to increase their institutional and production capacity, as well as in the development of policies and managing of projects, funded by the European funds, the national budget and various financial institutions. Stoyan Stavrev is co-chair of the committees for European Programs, projects and education at KRIB.

*Every contract is an
open or a closed
door into the future*





М-н Ставрев, успя ли консултантският бизнес да намери своето място и да се превърне в онази брънка, без която бизнесът и институциите не могат?

- Предоставянето на експертна помощ, както всяка друга услуга, има своето значение само ако е на необходимото ниво на задълбоченост и ако допринася за реализирането на идеята, за която се отнася. Ролята на консултанта не се състои само в това да гарантира проектът да отговаря на формалните изисквания на процедурата. В много по-голяма степен от него се очаква да придаде добавена стойност на първоначалната идея чрез доразвиването и надграждането ѝ. Затова освен професионалните знания и умения се изисква и не малък житейски опит.

- В какво е специализацията на „Българска консултантска организация“?

- БКО ЕООД е компания, която работи в специфична ниша на консултантския бизнес – тя предоставя експертна техническа помощ на различни административни структури и частни компании за осъществяване на техните общи и специфични функции. През годините сме дали своя принос в програмирането и оценката на оперативни програми, в повишаване капацитета на администрациите на различни органи на изпълнителната и на съдебната власт, в процесите на планиране и програмиране на местно и регионално ниво. Подпомогнахме и немалко бизнес начинания да бъдат реализирани успешно. Изградихме отношения на доверие с нашите възложители и работим по все по-значими и важни от стратегическа гледна точка договори.

- Вие как влязохте в консултантския бизнес?

- Една от причините заедно с нашия екип да успеем да изградим успешна компания, се дължи на факта, че притежаваме управленски и административен опит. Той е натрупан в годините, в които бяхме част от екипите, отговарящи за подготовката и присъединяване на страната ни към Европейския съюз. Поради това бе съвсем естествено да използвам експертизата и опита си и да продължа да работя това, от което разбирах най-добре, но вече в частния сектор. Оказа се много по-трудно, отколкото си представях в началото, но въпреки това успяхме да се наложим и да се задържим на пазара вече над 10 години. В момента имам самочувствието, че ние сме сред водещите консултантски компании в страната.

- А как се задържахте?

- С много работа и безсънни нощи на целия екип, но най-вече благодарение на доверието и на признанието от страна на нашите партньори за доброто изпълнение на поетите ангажменти.

- В какво е силата ви като консултантска организация?

- Силата ни е в упоритата работа и добрия екип, в креативността, в новия подход към всяка идея и всеки клиент. Благодарение на тях успяхме да спечелим добро име. Хората, с които работим, вярват в нас и знаят, че няма да ги подведем.

- А вашата сила като бизнес лидер на тази организация в какво е?

- Смятам, че силата на всеки, който трябва ежедневно да взема решения, е в това да не се плаши от новите предизвикателства. В дългостта... За мен най-голямото признание идва, когато хората, с които работя, споделят, че ценят атмосферата, която заедно сме създали.

- По едно време изглеждаше много примамливо да си консултант. Всеки понатрупал опит в дадена сфера, смяташе, че като консултант ще се радва на лесно изкарани пари. Но...

- Тук отново опираме до това как си представяш своята роля. Дали само като експерт в предоставянето на формални консултации, или имаш за цел да дадеш нещо повече от това на партньора до себе си. В консултантския бизнес има много динамика, когато не предоставя шаблонни решения. Изискванията и нормативната рамка се сменят, както се сменят и нуждите и очакванията на клиентите. Променят се и общите

Mr. Stavrev, has consulting business found its place to become the link that business and institutions cannot do without?

- Providing expert assistance, like any other service, is only relevant if it is at the necessary level of depth and if it contributes to the realization of the idea to which it relates. The role of the consultant is not only to ensure that the project meets the formal requirements of the procedure. To a much greater extent, it is expected to add value to the original idea by further developing and upgrading it. Therefore, in addition to professional knowledge and skills, a substantial life experience is required.

- What is the specialization of the Bulgarian Consultancy Organization?

- BKO EOOD is a company that operates in a specific niche of the consulting business - it provides expert technical assistance to various administrative structures and private companies to carry out their general and specific functions. Over the years, we have contributed to the programming and evaluation of operational programs, to the enhancement of the capacity of the administrations of various executive and judiciary authorities, to planning and programming processes at local and regional level. We have helped a number of business ventures to be successful, as well. We have built a relationship of trust with our customers and we are working on increasingly important and strategically significant contracts.

- How did you get into the consulting business?

- One of the reasons for us to build a successful company, together with the whole team, is due to the fact that we have managerial and administrative experience. It has been accumulated in the years when we were part of the teams responsible for the preparation and admission of our country to the European Union. Therefore, it was natural for me to use my expertise and experience to continue doing what I knew best but in the private sector. It turned out to be a lot harder than I imagined at first, but we still managed to keep it going for over 10 years. Now, I have the confidence that we are among the leading consulting companies in the country.

- How did you manage to stay on for that long?

- With a lot of work and sleepless nights for the whole team, but mostly thanks to the trust and the recognition of our partners for the proper execution of our commitments.

- What is your strength as a consulting organization?

- Our strength is in the hard work and the good team, in the creativity, the new approach to each idea and every client. Thanks to them, we managed to build a good reputation. The people we work with believe in us and know that we will not mislead them.

- And what is your strength as the business leader of this organization?

- I think the strength of everybody who needs to make decisions on a daily basis is not to be afraid of the new challenges. In the audacity... For me, the greatest recognition comes when the people I work with share that they appreciate the atmosphere we have created together.

- At one point, it seemed very tempting to be a consultant. Everyone who had a bit of experience in a given field believed that as a consultant, one would enjoy easy money. But...

- This, again, is a matter of how you imagine your role. Whether

“ Силата ни е в упоритата работа и добрия екип, в креативността, в новия подход към всяка идея и всеки клиент

Our strength is in the hard work and the good team, in the creativity, the new approach to each idea and every client

”

” Призовавам бизнеса да се възползва от изгодните условия на Фонда за устойчиви градове, за да се реализират повече проекти в полза на местните общности

I urge businesses to take advantage of the Sustainable City Fund's favourable conditions to make more projects to the benefit of local communities



условия и политиките на ЕС, както целите и инструментите, с които те се постигат. Докато се запознаем с изискванията на един програмен период, практически започваме подготовката за следващия. В момента пред нас се изправя новото предизвикателство с изисквания и регламенти за програмен период 2021 – 2027. Той се характеризира с променен подход на финансиране. Фокусът все повече ще бъде върху финансовите инструменти като форма, осигуряваща мултиплициране на европейските пари, чрез привличане на собствен капитал за инвестиции в жизнеспособни проекти.

- Работите по европейските програми. Къде имате най-големи постижения?

- За нас най-голямо признание е фактът, че съвместно с нашите партньори ОББ и Фонд ФЛАГ получихме доверието на Фонда на фондовете да управляваме средствата, определени по ОП „Региони в растеж“ за реализирането на проекти за градско развитие и туризъм на територията на град София и цяла Южна България.

Средствата в размер на над 340 млн. лв. представляват заеми с вградени гаранции, насочени към широк кръг потенциални крайни получатели - общини и общински предприятия, частни фирми, публично-частни партньорства, физически лица и групи. Призовавам бизнеса да се възползва от изгодните условия, които фондът предоставя. Така ще подпомогнем реализирането на повече проекти в полза на местните общности.

- Това безспорно е успех. Каква възможност ви дава той?

- Дава ни шанс да сме пионери сред консултантските компании и да натрупаме специфично ноу-хау в сферата на финансовите инструменти, които тепърва ще заемат все по-голям дял във финансирането от ЕС.

- Има много предизвикателства пред вас. Кое ще откритете?

- През последните две години предизвикателство е разработването на регионалните пред инвестиционните проучвания, въз основа на които ще бъдат направени инвестиции, възлизащи на близо 400 млн. лева във водоснабдителните и канализационните системи на областите Варна, Русе, Добрич и Силистра. От изпълнението на този проект зависи подобряването на качеството на живот на жителите на голяма част от Североизточна България и постигането на целите на ОП „Околна среда“. Убедени сме, че съвместно с екипите на МРРБ и МОСВ ще успеем да преодолеем всички предизвикателства, пред които се изправяме.

- Можете ли да обобщите какъв е профилът на кандидата за еврофинансиране, който става бенефициент и успешно изпълнява проекти?

- Успешен е онзи кандидат, който е добре информиран за възможностите, които му предоставят програмите. Само тогава той може да направи целенасочен и мотивиран избор, да определи какво иска да постигне и да има увереност в успеха на проекта си.

- Каква е ролята на консултанта в този момент?

- Консултантът трябва да дава на клиента си точна

you want to be just an expert in providing formal consultations, or you are aiming to give more than that to your partner. Consulting business offers a lot of dynamics when it does not provide ready-made solutions. Requirements and regulatory framework are changing and so do clients' needs and expectations. The EU's general conditions and policies, as well as the objectives and tools to achieve them, are changing. While getting acquainted with the requirements of a programming period, we are actually starting to prepare for the next one. We are now facing the new challenge of the requirements and regulations for the programming period 2021-2027. It is characterized by a modified financing approach. The focus will increasingly be on financial instruments as a tool for ensuring multiplication of European money by attracting own capital for investment in viable projects.

- You work on various European programs. Where do you have the greatest achievements?

- For us the greatest recognition is the fact that, together with our partners UBB and FLAG Fund, we have gained the trust of the Fund of funds to manage the resources allocated under the OP "Regions in Growth" for the implementation of urban development and tourism projects on the territory of the city of Sofia and all southern Bulgaria.

The funds amounting to over BGN 340 million are loans with built-in guarantees targeting a wide range of potential final beneficiaries - municipalities and municipal enterprises, private companies, public-private partnerships, individuals and others. I urge businesses to take advantage of the favourable conditions the fund offers. This will help implement more projects to the benefit of local communities.

- This is undoubtedly a success. What kind of opportunities does it give you?

- It gives us the chance to be pioneers among the consulting companies and gain specific know-how in the area of financial instruments, which are about to take up an increasingly greater share of the EU funding.

- There are many challenges in front of you. Which one would you like to point out?

- In the last two years, the development of the regional investment studies, on the basis of which investments amounting to nearly 400 million BGN will be made in the water supply and sewerage systems of the districts of Varna, Rousse, Dobrich and Silistra. The improvement of the quality of life of the population of a large part of North-Eastern Bulgaria and the fulfilment of the objectives of OP "Environment" depend on the implementation of this project. We are convinced that together with the MRDPW and MoEW teams we will be able to overcome all the challenges we face.

- Can you sum up what is the profile of the applicant for EU funding, who becomes a beneficiary and successfully implements projects?

- The candidate who is well-informed about the opportunities provided by the program is successful. Only then can one make a purposeful and motivated choice, determine what they want to achieve and have confidence in the success of their project.

- What is the role of the consultant at that point?

- The consultant should provide their client with accurate information. Even when this might make them hesitant in their decision to submit a project proposal. In business, a well-reasoned negative response is highly appreciated by people who value the time factor.

- Have you managed to find out what is the profile of the successful consultant whom the business values?

- I think business values the honest approach to communicating between partners. No one can remain long on the market unless they are being exact with their customers. Only then comes the professionalism of the team.

- What is the principle you adhere to in the consulting business?

- To fulfil the commitments we have made, according to the



информация. Дори когато това може да го разколебае в решението му да подаде проектно предложение. В бизнеса аргументираният отговор „не“ се оценява много високо от хората, които гържат на фактора „Време“.

- Разбрахте ли какъв е профилът на успешния консултант, когото бизнесът ценя?

- Смятам, че бизнесът ценя честния подход при общуването между партньорите. Никои не може да остане на пазара, ако не е коректен към своите клиенти. Едва след това идва професионализмът на екипа.

- Кои са принципите, които спазвате в консултантския

agreed terms with the customer, and for both sides to be happy with our collaboration. I have repeatedly experienced first-hand that there are no "small" contracts. Every contract is an open or a closed door into the future.

- What do you think can be improved in the work of the Bulgarian administration regarding the European projects? Where do "pebbles in the shoe" still exist?

- The Bulgarian administration has gone a long way and gained considerable experience with European projects. In my opinion, it suffers from the same lack of self-confidence that our society



бизнес?

- Да изпълним задълженията, които сме поели, по начина, по който сме се разбрали с клиента, и двете страни да останем доволни от съвместната ни работа. Многократно съм се убедил, че няма „малки“ договори“. Всеки договор е една отворена или затворена врата в бъдещето.

- **Какво според вас може да се подобри в работата на българската администрация по отношение на европейските проекти? Къде все още има „камъчета в обувката“?**

- Българската администрация измина дълъг път и натрупа значителен опит по отношение на европейските проекти. Според мен тя страда от същата липса на самочувствие, от която страда и цялото ни общество. Струва ми се, че повече самоуважение ще бъде от голяма полза при отстояването на позициите на България. Да не забравяме, че сме пълноправен член на ЕС с всички права, които тази позиция ни дава.

- **Образование, обучение – много се говори по тази тема. Кои е акцентът, върху който вие ще сложите ударение?**

- Този въпрос е особено важен за българското общество. Образованието може да задържи децата ни в България и да подобри показателите на икономиката. В същото време без полагането от страна на работодателите на целенасочени усилия да се наградят университетските знания в работни умения в хода на работния процес и без желанието на младите хора да се учат и без да се стига до другата крайност – да приемат дипломата от чужбина като единствено условие за карьерно развитие, няма как да се повиши конкурентността на българската икономика.

- **КРИБ и сп. „Икономика“ неведнъж оцениха вашата работа в конкурса „Мистър и Мисис Икономика“. С какви тези отличия са важни?**

- Те са признание за професионализма на нашия екип и са доказателство, че експертното мнение също има своята значителна стойност. Благодарая на колегите от УС на КРИБ и на сп. „Икономика“, че видяха смисъл в това да има категория „Консултантски/ бизнес услуги“ в рамките на конкурса.

- **Предприемачите също мечтаят. Споделете някоя от вашите мечти...**

- Мечтая да положим основата на работеща структура за изпълнението на дейности в сферата на образованието и културата. Искрено се радвам на хората, които създадоха добри училищни модели. Очаквам бъдещето да ни донесе именно такива предизвикателства.

- **Тази година сп. „Икономика“ става на 30 години. Какво ще му пожелаете?**

- Пожелавам на целия екип да остане „на гребена на вълната“, да продължавате да представяте обективно мнение въз основа на факти, които не може да бъдат изопачавани. Всичко това ще е в подкрепа на българския бизнес.

- **Живеете на високи обороти. Как си почивате?**

- Като общувам с децата си. А напоследък съм все по-често в планината.

- **Пъстър свят, много възможности за преживявания и развлечения... Кое откъд работата ви радва?**

- Радва ме свободата, с която децата ни изказват своето мнение и своята вяра, че бъдещето ще ни донесе само хубави моменти. Образованието и ценящите културните традиции хора са тези, които следва да водят нацията ни напред.

- **Вашето хоби?**

- Пътуването и откриването на нови места и непознати хора ме зареждат. Но ако има интересна книга в ръката ми, няма нужда да пътувам. Много пътешествия се случват само в съзнанието на човека, нали?

- **Едно изречение, което ще обобщи вашите очаквания за близкото бъдеще...**

- Предстоят ни много нови възможности и успехът ни като общество зависи от това дали ще се възползваме от тях в името на общия ни интерес. (U)

„ Наш принцип е да изпълним задълженията, които сме поели, по начина, по който сме се разбрали с клиента, и двете страни да останем доволни от съвместната ни работа

It is our principle to fulfil the commitments we have made according to the agreed terms with the customer, and for both sides to be happy with our collaboration

“

does. It seems to me that having better self-esteem will be of great help in asserting Bulgaria's positions. Let's not forget that we are a full member of the EU with all the rights this position gives us.

- **Education, training - a lot has been said on this topic. What is the focus on which you will put an emphasis?**

- *This issue is particularly important for the Bulgarian society. Education can keep our children in Bulgaria and improve the performance of the economy. At the same time, without the employers making a purposeful effort to build upon university knowledge and turn it into work skills during the work process, without the desire of young people to learn, and without going to the other extreme - to accept the diploma from abroad as the sole condition for career development, there is no way to increase the competitiveness of the Bulgarian economy.*

- **KRIB and Economy Magazine have repeatedly awarded you for your work at the "Mr. and Mrs. Economy" competition. Why are these awards important?**

- *They are a recognition of the professionalism of our team and are a proof that the expert opinion also has its considerable value. I would like to thank the colleagues from KRIB and Economy magazine for considering it meaningful to have a category for "Consulting/Business Services" within the framework of the competition.*

- **Entrepreneurs dream, too. Share one of your dreams...**

- *I dream of laying the foundations of a working structure for the implementation of educational and cultural activities. I am sincerely delighted by the people who have created good educational models. I expect the future to bring us exactly this kind of challenges.*

- **This year, Economy magazine turns 30 years. What is your wish for it?**

- *I wish for the whole team to stay on the crest of the wave, to continue to present an objective opinion based on facts that cannot be distorted. All this will support the Bulgarian business.*

- **You live at a high speed. How do you rest?**

- *By communicating with my children. And lately, I'm going more often to the mountains.*

- **It's a colourful world out there, with lots of opportunities for experiences and entertainment... What makes you happy beyond your work?**

- *I am delighted with the freedom with which our children express their opinion and belief that the future will bring us only good moments. Educated people and those who value cultural traditions are the ones who should lead our nation forward.*

- **What is your hobby?**

- *Traveling and discovering new places and people I don't know energizes me. But if there's an interesting book in my hand, there's no need to travel. Many travels happen only in a man's mind, don't they?*

- **A sentence that will summarize your expectations for the near future ...**

- *We have many new opportunities and our success as a society depends on whether we will take advantage of them for the sake of our common interest. (U)*

Списание
„ИКОНОМИКА“
на

30

години



Economy Magazine
Turns 30



Барометър на икономическото развитие

A Barometer of Economic Development

Този година сп. „Икономика“ отбелязва 3 десетилетия медийно присъствие и по този повод през май организираме конференция „Следващите 30“

This year, Economy Magazine celebrated 3 decades of media presence and on this occasion, in May, we are organizing the Next 30 conference

Татяна Явашева  Tatyana Yavasheva

Отворим ли първите броеве на сп. „Икономика“, разлистим ли днешното издание, ще усетим колко много светът се е променил за 30 години. Този юбилей е повод да обърнем поглед назад, за да продължим още по-уверено напред.

Темни

В началото на прехода към пазарна икономика в списанието има теми като „Икономическата наука – начин на употреба“, „Финансовата статистика: Пилците се броят наесен. А парите?“, „Състояние и тенденции на МСП: Докъде стигнаха, как да продължат?“, „Предприемачът – сън ли е или илюзия“, „Феноменът инфлация“. От страниците на списанието през 1991 г. Димитър Луджев, тогава министър на отбраната, уверява: „Реформата е наша съдба“. Финансовият министър Иван Костов твърди, че „Смяната на системата се нуждае от стратегия“, а ст. ас. Пламен Орешарски, който години по-късно ще стане премиер, напомня, че времето е пари: „Ще се убедим в правотата на онези икономисти, които приписват на зависимостта между времето и парите статут на икономически фолклор“. Попадаме на публикация за съгъстените облаци в безоблачното икономическо небе, а от друг материал научаваме какво печелим, когато губим от изтичането на мозъци и ръце.

В началото основният девиз на изданието е „Добрата теория (наша и чужда) гарантира успешната практика“. Но динамиката днес е друга и имаме усещането, че страната вече се движи в някакво русло благодарение на валутния борд и на членството в ЕС.

Рекламата

Ето как е изглеждала рекламата някога: „Вие, бизнесмени, представители на акционерната, на дружествената, частната, кооперативната и на държавната организирана инициатива, ако искате да бъдете известни, ако искате да

If we open the first issues of Economy Magazine and if we flick through the pages of a current edition, we will feel how much the world has changed in 30 years. This anniversary is an occasion to look back in order to continue even more confidently ahead.

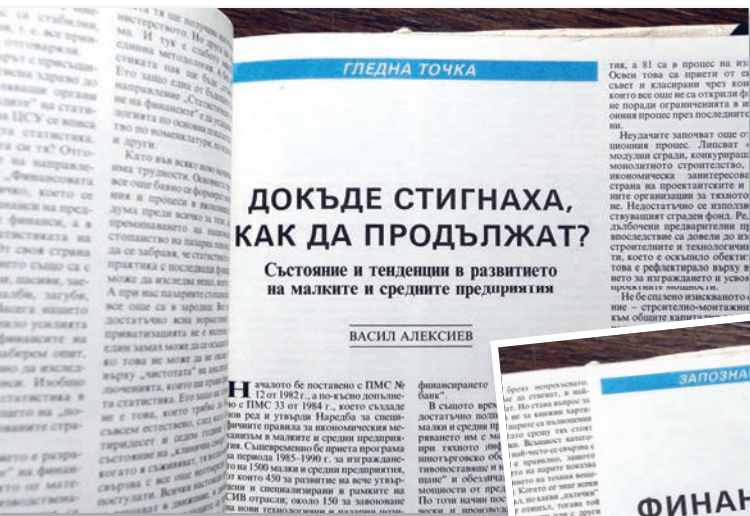
Topics

At the beginning of the transition to a market economy, there were topics in the magazine, such as: “Economics – Way of Use”, “Financial statistics: Don’t Count Your Chickens before They Hatch. And What about Money?”, “State and Trends of SMEs: How Far Have They Gone, How Can They Continue?”, “The Entrepreneur – a Dream or an Illusion”, “The Phenomenon of Inflation.” From the pages of the magazine in 1991, Dimitar Ludzhev, a Minister of Defence at that time, assures: “Reform is our destiny.” The Minister of Finance Ivan Kostov claims that “Changing the system needs a strategy”, and Senior Assist. Prof. Plamen Oresharski, who will become Prime Minister years later, reminds that time is money: “We will be convinced of the rightness of those economists who attribute to the relationship between time and money the status of economic folklore.” We come upon an article about dense clouds in the cloudless economic sky, and from another material we learn what we earn when losing from the brain and arm drain.

At the beginning, the main slogan of the magazine was: “Good theory (ours and others) guarantees successful practice.” But the dynamics is different today and we have the feeling that the country has already chosen its course, thanks to the currency board and the EU membership.

The Advertisement

Here’s how the advertisement looked like once: “You, businessmen, representatives of the joint stock company,



Красимир Свраков Krasimir Svirakov

corporate, private, cooperative and state-run initiative, if you want to be famous, if you want to win more than today and yesterday, advertise your activity in Economy Magazine.” Of course, now, you can also advertise on our pages. Even today, the magazine and the accompanying editions we issue are a good channel for larger popularity. Advertise with us...

The Good News

Our team seeks and covers trends, novelties, innovations. We show the successes of entrepreneurs, the achievements of companies, we write about the difficulties they are experiencing. We seek answers to questions of public significance and solutions to problems that are inevitably arising. We focus on inspirational examples around us and around the world, not on the bad news. We believe that Bulgaria has a lot of talent, and in each issue, we meet you with people who do not accept “I don't know” and “I can't” as an answer. We think Bulgaria needs positive news. And if you think the same, look for our

issues, read them. But also, be a character in them if you are a leader with a vision for development or a successful company. Support the creation of good news, not bad ones. That way, every morning, you will wake up in a better Bulgaria.

Moving Forward

New issues of Economy Magazine are coming up. We are also preparing the luxury third edition of the Successful Companies 3.0, but this time, it is inspired by our 30th anniversary. In May, Economy Magazine is organizing the Next 30 conference. The anniversary is an occasion to look back in order to keep moving forward more confidently. In the program of the event, there will be interesting speakers from Bulgaria and abroad. The topic of good business health and longevity is important both for start-ups and for companies that have solid experience and a long history behind them.

30 years are not enough. We keep moving forward. We present personalities with an important role in the big change, winners of the Mr. and Mrs. Economy award.

От архивните страници на сп. „Икономика“

From the Archives of Economy Magazine

спечелите повече от днес и вчера, рекламирайте своята дейност чрез сп. „Икономика“. Разбира се, и сега може да рекламирате на нашите страници. И сега спсанието и съпътстващите издания, които правим, са добър канал за повече известност. Рекламирайте при нас...

Добрите новини

Нашият екип търси и отразява тенденциите, новостите, иновациите. Показваме успехите на предприемачите, постиженията на компаниите, пишем и за трудностите, които изпитват. Търсим отговор на въпроси от обществена значимост и решения на проблеми, които неминуемо възникват. Фокусираме вниманието върху вдъхновяващи примери около нас и по света, а не върху лошите новини. Вярваме, че в България има много талант и във всеки брой ви срещаме с хора, които не признават „Не зная“ и „Не мога“ за отговор. Според нас България има нужда от позитивни новини. И ако вие мислите същото, търсете нашите издания, четете ги. Но и бъдете герои в тях, ако сте лидер с визия за развитието или пък успешна компания. Подкрепяйте създаването на добри новини, а не на лоши. Така всяка сутрин ще се събуджате в една по-добра България.

Напред

Предстоят нови броеве на списание „Икономика“. Подготвяме и луксозното издание „Успешните компании 3.0“, трето поред, но този път вдъхновено от нашата 30-годишнина. През май сп. „Икономика“ организира конференция „Следващите 30“. Юбилеят е повод да погледнем назад, за да продължим по-уверено напред. В програмата на събитието ще са интересни лектори от страната и чужбина. Темата за доброто бизнес здраве и дълголетие е важна както за стартиращия бизнес, така и за компаниите, които имат солиден опит и погълга история зад гърба си.

30 години не стигат. Продължаваме напред. Представяме личности с важна роля в големата промяна, носителите на приза „Мистър и Мисис Икономика“.

Ако подкрепяте създаването на добри новини, всяка сутрин ще се събуджате в една по-добра България

If you support the creation of good news, every morning, you will wake up in a better Bulgaria

Румяна Кючукова: Трябва винаги да сме готови за промени



Румяна Кючукова е зам.-председател на Международната инвестиционна банка (МИБ) от февруари 2016 г. В периода 2012 - 2015 г. е консултант в областта на финансите и инвестициите. В продължение на седем години е член на Борда на директорите на Световната банка и Международната финансова корпорация. В периода 2000-2002 г. е главен изпълнителен директор на Мобилтел ЕАД, като преди това е била икономически съветник и директор на вътрешния одит във фирмата.

Rumyana Kyuchukova: We Must Always Be Ready for a Change

Rumyana Kyuchukova has been the Deputy Chairperson of the International Investment Bank (IIB) since February 2016. In the period 2012-2015, she was a consultant in the field of finance and investment. She has been a member of the Board of Directors of the World Bank and the International Finance Corporation for seven years. Between 2000 and 2002, she was Chief Executive Officer of Mobiltel EAD, having previously been an economic adviser and director of the company's internal audit.

Р-жо Кючукова, вие сте първата „Мисис Икономика“. Към какви спомени ви връща това отличие от 2001 г.?

- Преди всичко към спомените ми за хората, с които съм работила – прекрасни професионалисти, отдаващи от себе си всичко в името на компанията. С много от тях и досега поддържаме контакт. Тази награда не е само моя, тя е на целия колектив, работил по това време. Тя бе признание за труда им, за усилията им, които ежедневно полагаха, и ги мотивира да продължат да работят още по-усърдно. Тя е доказателство, че положените от тях усилия не са останали незабелязани.

- Сп. „Икономика“ е родено в годината, в която България пое курс към демокрация и пазарна икономика. Какви според вас са някои от силните, но и от слабите страни на този нелек път на промяната?

- Ако се ограничим в сферата на икономиката – то ключовата промяна бе поставянето ѝ на пазарна основа. Българският бизнес стана интегрална част от световните пазари, което откри нови възможности, но постави и по-високи изисквания към качеството на продукцията и неговата конкурентоспособност. Рязко нараснаха възможностите и за привличане на чуждестранни инвестиции и развитие на водещи технологии. Същевременно процесът на приватизация, представляващ на практика преразпределение на огромен публичен ресурс в частни ръце при отсъствието на съответни

Mrs Kyuchukova, you are the first Mrs. Economy. What are your memories with regard to this award in 2001?

- Above all, I remember the people I have worked with – wonderful professionals who give every bit of themselves for the company. I still keep in touch with many of them. This award is not only mine; it is to the whole team that worked at that time. It was recognition of their daily work and efforts, and it motivated them to continue to work even harder. It is a proof that their efforts did not remain unnoticed.

- Economy Magazine was born in the year in which Bulgaria took the course towards democracy and market economy. What do you think are some of the strengths, but also the weaknesses of this tough path of change?

- If we only look in the field of economy – the key change was to make it a market-based one. Bulgarian business has become an integral part of world markets, which opened up new opportunities, but also put higher demands on the quality of production and its competitiveness. The opportunities to attract foreign investments and the development of leading technologies increased sharply. At the same time, the process of privatisation, which is in fact a redistribution of huge public resources in private hands in the absence of relevant private capital accumulations, has led to serious economic and social imbalances at national level and to certain negative public attitudes. To these should be added

частни капиталови натрупвания, доведе до сериозни икономически и социални дисбаланси на национално ниво, а и до определени негативни обществени нагласи. Към това би следвало да се добави и сравнително ограниченият интерес от чуждестранни инвестиции (особено на приватизационния етап) – за разлика от страните от Централна Европа. Това в много голяма степен бе свързано и с обстоятелството, че България се оказа от „грешната страна“ на Югославия. Войните физически отрязаха страната от Европа, а в комбинация с ембаргото генерираха дългосрочни проблеми и за страната, и за региона – става дума за организираната престъпност и корупцията, които неминуемо съпътстват всяка война и всяко ембарго.

- Като представител на висшия мениджмънт на МИБ, каква е днес мисията на банката, създадена през 1970 г.?

- МИБ е една от най-старите международни банки за развитие, обединяваща девет страни, аналогична по статут на Европейската банка за възстановяване и развитие, Европейската инвестиционна банка, Банката за развитие на Съвета на Европа, Международната финансова корпорация (IFC) и др. Тези банки се различават от търговските банки, като главната им мисия не е извлечането на търговска печалба, а подкрепата на устойчивото икономическо развитие на страните членки и задълбочаване на търговско-икономическото сътрудничество между тях, което намира отражение както във финансовите продукти, които предлагаме на нашите клиенти, така и в техните условия. Масщабната реформа в МИБ след 2012 г. обуслови и промяна, актуализация на нейната мисия и тя е посочена в новата петгодишна Стратегия за развитие – 2018-2022 г., а именно подпомагане свързаността и интеграцията между икономиките на страните членки с цел осигуряване на устойчив и инклузивен растеж и конкурентоспособност на националните икономики.

- България е сред ключовите членове на МИБ. Как се отразява това на България и на бизнеса в нашата страна?

- България е вторият по големина акционер в институцията, като дялът ѝ в акционерния капитал възлиза на 12,95%. Към настоящия момент банката е финансирала местния бизнес с над 220 млн. евро, а активното портфолио към края на януари 2019 г. е 140 млн. евро. Освен че предоставя заеми, включително на малки и средни предприятия, банката е купувач и на български ДЦК от местния пазар. Имаме и синдикирани заеми съвместно с Българската банка за развитие (ББР). Тя е със статут на наблюдател в МИБ и имаме отлично сътрудничество, което се нагласява да развиваме в интерес на българския бизнес и в бъдеще. През 2013 г. ББР получи кредитна линия в размер на 20 млн. евро за финансиране на малки и средни предприятия в България. Средствата бяха предоставени за срок от 7 години и бяха използвани както за директно кредитиране на компании, така и за финансиране на програми за подкрепа на българския бизнес, реализирани от търговските банки. Имаме и подписани Меморандуми за сътруд-

the relatively limited interest by foreign investors (especially at the privatisation stage) – unlike the Central European countries. This was largely related to the fact that Bulgaria was on the “wrong side” of Yugoslavia. The wars have physically cut the country from Europe, and in combination with the embargo, they generated long-term problems for both the country and the region, such as organised crime and corruption that inevitably accompany every war and embargo.

- As a representative of the senior management of IIB, what is the mission today of the bank, established in 1970?

- IIB is one of the oldest international development banks, bringing together nine countries; it is similar in terms of status to the European Bank for Reconstruction and Development, the European Investment Bank, the Council of Europe Development Bank, the International Financial Corporation (IFC), etc. These banks differ from commercial banks and their main mission is not to derive commercial profits, but to support the sustainable economic development of member states and to deepen trade and economic cooperation between them, which is reflected both in the financial products we offer to our clients and in their conditions. The massive reform in the IIB after 2012 led to a change, an update of its mission, which is mentioned in the new Five-Year Development Strategy – 2018-2022, namely, to support connectivity and integration between the economies of the member states in order to ensure sustainable and inclusive growth and competitiveness of national economies.

- Bulgaria is one of the key members of the IIB. How does this affect Bulgaria and the business in our country?

- Bulgaria is the second largest shareholder in the institution and its share in the share capital amounts to 12.95%. At present, the bank has financed the local business with over EUR 220 million and the active portfolio at the end of January 2019 is EUR 140 million. In addition to providing loans, including to small and medium-sized enterprises, the bank is also a buyer of Bulgarian government securities from the local market. We also have syndicated loans together with the Bulgarian Development Bank (BDB). It has the status of an observer at the IIB and we have excellent cooperation, which we hope to develop to the benefit of Bulgarian business in the future, as well. In 2013, the BDB received a credit line of EUR 20 million to finance small and medium-sized enterprises in Bulgaria. The funds were provided for a period of 7 years and were used both for direct lending to companies and for financing programs for

Успешни са компаниите, откриващи изцяло нови пазари, които да отговорят на недостатъчно задоволени нужди на клиента

Companies are successful when they find entirely new markets that meet the unsatisfied needs of clients



Румяна Кючукова е първата дама, носител на „Мистър Икономика“ – през 2001 г

Rumyana Kyuchukova is the first lady, winner of Mrs. Economy award in 2001

ничество с Българската агенция за експортно застраховане и с Българската търговско-промишлена палата.

- Ретроспективен бе поводът да ви потърсим. Кое според вас осигурява дълъг живот на една компания или бизнес начинание?

- Много трудно е да стигнеш върха, а още по-трудно – да се задържиш на него. В условията на глобална икономика, където промяната е постоянна, а конкуренцията – безмилостно жестока, ситуацията може да се измени всеки момент и ти трябва да бъдеш готов за промени и то много бързо. Някои компании постоянно са по-добри от другите, превъзхождат ги, не защото имат повече ресурси или защото в тях работят най-умните, квалифицирани и способни хора, а защото те непрекъснато търсят иновациите, като имам предвид нещо много повече, отколкото създаването на нови продукти. Това са и нови умения, които ръководителите и служителите може да развият и да овладеят. Става дума за усъвършенстването на бизнес процесите и откриването, създаването на изцяло нови пазари, несъществуващи до този момент, които да отговорят на недостатъчно задоволени нужди на клиента. Бих искала да цитирам главния изпълнителен директор на Amazon.com Джеф Безос: „В Amazon имаме три големи идеи, към които се придържаме от 18 години и които са причината да бъдем успешни: 1. Поставете клиента на първо място; 2. Изобретете нещо ново; 3. Бъдете търпеливи“. Мисля, че това дава отговор на въпроса, трябва да се учим от големите в бизнеса.

- Вашето пожелание към сп. „Икономика“?

- Да остане все така младо по дух и опитно като професионализъм! 🙌

support of Bulgarian business, implemented by commercial banks. We have also signed Memoranda of Cooperation with the Bulgarian Export Insurance Agency and the Bulgarian Chamber of Commerce and Industry.

- The reason to reach out to you was retrospective. What do you think provides a long life to a company or a business venture?

- It's very difficult to get to the top, and even harder, to stay there. In the conditions of a global economy, where change is constant, and competition – ruthlessly harsh, the situation can change every moment and you have to be ready for changes, and even in a very abrupt way. Some companies are always better than others, which are superior to them, not because they have more resources, or because the smartest, most skilled and capable people work there, but because they are constantly looking for innovation, and what I mean is something more than creating new products. These are also new skills that managers and employees can develop and master. It is about the perfection of business processes and the discovery, the creation of completely new markets, which have not existed until now, which are to meet the insufficiently satisfied needs of the clients. I would like to quote Amazon.com's Chief Executive Officer Jeff Bezos: "In Amazon we have three big ideas that we have been following for 18 years and which are the reason for us to be successful: 1. Put the client first; 2. Invent something new; 3. Be patient." I think this answers the question; we have to learn from the big in business.

- Your wish to Economy Magazine?

- To remain as young in spirit and as professional as possible! 🙌

Доц. г-р Иван Костов, министър-председател на България в периода 1997-2001 г.:

Без върховенство на закона демокрацията мутира в олигархична система

Татяна Явашева  Tatyana Yavasheva

Г-н Костов, носител сте на наградата „Мистър Икономика 1991“. В публикация от онова време четем: „Вторият конкурс се проведе при управлението на коалиционното правителство на Димитър Попов, съпътствано от ентузиазираното начало на пазарните реформи в България. Тази нагласа се отрази и при номинирането за наградата на по-радикалните привърженици на стопанските реформи в страната - Иван Костов, Венцеслав Димитров, Емил Хърсев“. Каква следа оставиха у вас тези първи години, в които се наливаха основите на пазарната икономика?

- От университетски преподавател се превърнах в публицист и силно критичен говорител за икономическите пороци на комунизма. За мен това беше голяма промяна, особено първото ми интервю в Българската национална телевизия. От самото начало не съм защитавал необходимостта от радикални пазарни реформи и съм бил против стабилизирането на статуквото. За последното настоявах от БКП заради кризата и след това заради разрушителните последици от наложения през пролетта на 1990 мораториум върху обслужването на външния дълг на страната.

Mr. Kostov, you are the winner of the Mister Economy 1991 award. In a publication from that time we read: "The second contest took place while the coalition government of Dimitar Popov was in power, followed by the enthusiastic beginning of the market reforms in Bulgaria. This attitude also influenced the nominations for the award of the more radical supporters of the economic reforms in Bulgaria - Ivan Kostov, Ventsislav Dimitrov, Emil Harsev." What mark did these first years leave on you, during which the foundation of the market economy was set?

- From a university lecturer, I became a publicist and a very critical voice of the economic vices of Communism. It was a great change for me, especially my first interview with the Bulgarian National Television. From the very beginning, I have not defended the radical market reforms and I have been against the stabilization of the status quo. The Bulgarian Communist Party insisted on the later due to the crisis, and then, due to the devastating consequences of the moratorium on the servicing of Bulgaria's foreign debt imposed in the spring of 1990.

- *Economy Magazine and the democratic changes*

Assoc. Prof. Dr. Ivan Kostov, Prime Minister of Bulgaria in the period 1997-2001:

***Without the Rule of Law,
Democracy Mutates into an
Oligarchic System***



**Икономиката се
нуждае от по-бърз
растеж и
съкращаване
на времето за
достигане на 70%
от европейския
жизнен стандарт,
което ще е фактор
за преодоляване на
демографската криза**

*The economy needs
faster growth and
shortening of the
time for reaching
70% of the European
standard of living,
which will be a factor
for overcoming the
demographic crisis*

- Сп. „Икономика“ и демократичните промени на нашата страна водят началото си от 1989 г. Сега, 30 години по-късно, оправдан ли ви се вижда големият ентузиазъм за промени тогава?

- Не е вярно, че демократичните промени са започнали в 1989. Това е теза на БКП. Започнаха с пагането на член 1 от конституцията през януари 1990. Без ентузиазма на една сравнително малка група от хора промените щяха да се случат много по-късно.

- Като се обърнем назад, кои спорег вас са някои от най-важните крачки, които промениха България към по-добро?

- Създаването на пазарна икономика в България досега не е предизвикало нужния медиен и научен интерес. По тези процеси няма обществен дебат. Обществото ни тъне в измамни митове по тези теми. Най-важните стъпки са приватизацията, връщането на национализираната градска собственост, връщането на земеделските земи и горите и концесионирането. След това са либерализирането на цените, на валутния курс и на инвестициите.

- В историята няма ако, но кои са някои от

in Bulgaria started in 1989. Now, 30 years later, do you find the big enthusiasm for changes at that time justified?

- It is not true that the democratic changes started in 1989. This is the theory of the Bulgarian Communist Party. They started with the removal of Art. 1 from the Constitution in January 1990. If it weren't for the enthusiasm of a relatively small group of people, the changes would have happened much later.

- Looking back, in your opinion, which were some of the most important steps that changed Bulgaria for the better?

The creation of a market economy in Bulgaria has not yet lead to the necessary media and scientific interest. There is no public debate on these processes. Our society is shrouded in fraudulent myths concerning these topics. The most important steps are privatization, the return of the nationalized urban property, the return of the agricultural lands and forests and the concessions. Then come the liberalization of prices, exchange rates and investments.



- There are no ifs in history, but what are some of the big mistakes, which it would have been better to avoid?

- The biggest mistake was that we did not carry out decommunization among students and children, just as Konrad Adenauer did with the National Socialism in the Federal Republic of Germany.

- What is driving changes today?

- If there are such changes, their weak driver is external - our membership in the EU and to a lesser degree - in NATO.

- The currency board was introduced days after you became prime minister and assumed the government of Bulgaria in 1997. Has the time for joining the Eurozone come now?

- I am not proud of the suspension of the sovereign right of the Bulgarian National Bank to make monetary policy by introducing a currency board. The Bulgarian banking system continues to be a source of risks from related parties and non-performing loans. The audit of the European Central Bank this year will show whether these risks are confined to the required limits. What is more, the rule of law is still absent in Bulgaria. It is also possible and, practically, it does happen that other people's property is taken away illegally. While we are being monitored under the Cooperation and Verification Mechanism, we continue to bear different risks for



Иван Костов на корицата на „Икономика“ през 1991 г. и като премиер през февруари 2000 г.

Ivan Kostov on the cover of Economy Magazine in 1991 and in 2000 as Prime Minister of Bulgaria

големите грешки, които би било добре да бяхме избегнали?

- Най-голямата грешка бе, че не извършихме декомунизация сред учениците и децата, така както се справи Конрад Аденауер с национал-социализма в ГФР.

- Кой е днес двигателят на промените?

- Доколкото ги има, слабият им двигател е външен – членството ни в ЕС и в още по-малка степен в НАТО.

- Валутният борг беше въведен дни, след като вие станяхте министър-председател и поехте управлението на България през 1997 г. Дошъл ли е вече моментът за присъединяване към еврозоната?

- Не се гордея с отнемането на суверенното право на БНБ да прави парична политика чрез въвеждането на валутен борг. Българската банкова система продължава да е източник на рискове от свързани лица и необслужвани кредити. Дали тези рискове са поставени в необходимите граници, ще покаже проверката на Европейската централна банка през тази година. Освен това у нас продължава да отсъства върховенството на закона. Възможно е и на прак-

тика се случва незаконното отнемане на чужда собственост. Докато сме под наблюдение на Механизма за сътрудничество и проверка, ние продължаваме да носим различни рискове за еврозоната.

- Влизането в еврозоната може ли да има ефект на „шокова терапия“ или просто на шок за голямата част от населението?

- Въобще не може да се говори за „шокова терапия“. Освен че е неточно, това е опошляване на политиката и теорията за бързите пазарни реформи на Джефри Сакс, приложена от Лешек Балцерович в Полша. Част от населението ще преживее „шок“, ако не забележи, че двойното намаляване на доходите е едновременно смяна на левовите с евро, и не види, че същото е станало с цените.

- Вие сте ръководител на Центъра за анализи и управление на рискове. Какви рискове пред България и българската икономика се очертават в анализите и прогнозите ви в близко бъдеще?

- Най-опасни за страната са социалната несигурност и липсата на политическа стабилизация, която може да се постигне с пълен мандат на парламента и правителството. Има значителни рискове от руската хибридна агресия срещу страната ни, която е особено уязвима в това отношение по много, включително исторически причини. За мен най-голям риск е липсата на върховенство на закона, което е отворило път за мутация на българската демокрация в олигархична система.

- От 1989 г. насам българската икономика претърпя доста интервенции с цел оздравяване. От какво се нуждае тя сега?

- Икономиката и демографската криза се нуждаят от по-бърз растеж и съкращаване на времето за достигане на 70% от европейския жизнен стандарт. Тогава, както показва опитът на Гърция и Португалия, може да се надяваме да започне обратният процес на механична миграция и връщане на българите в отечеството им.

Как се създават предпоставките за този по-бърз растеж е голяма тема, която у нас се опира в ниското качество на публичната среда и на инфраструктурата. Те на свой ред се дължат на много малката и слаба държава, която е абдикирала от много свои съвременни функции.

- През 90-те години визитна картичка на България беше евтината, но квалифицирана работна ръка. Това ли задълго ни бетонира мястото на най-бедната страна в ЕС?

- Не! Мястото на най-бедна страна в ЕС заехме след двете национални икономически катастрофи в 1990 и 1997-ма. Тогава БКП/БСП причини троен спад на БВП/човек, обезцени 1000-кратно националната валута, а с това и националния капитал.

- Особено в първите години на промените медиите бяха важен фактор. Каква я виждате тяхната роля днес?

- Няма да коментирам нито предишната, нито сегашната роля на българските медии.

- Има ли въпрос, който бихте искали да зададете чрез нашето издание?

- Не.

- Какво ще пожелаете на сп. „Икономика“ за неговия юбилей?

- По-голям тираж, повече експертиза и да бъде трибуна за истински икономически дебати. (1)

the Eurozone.

- Can the entry into the Eurozone have the effect of a “shock therapy” or just of a shock for the majority of the population?

- We cannot talk about a “shock therapy” at all. Apart from being inaccurate, it is a debasement of Jeffrey Sachs’ policy and theory of rapid market reforms applied by Leszek Balcerowicz in Poland. Part of the population will experience a “shock” if it does not notice that the double reduction of income is both a change of the levs in euros and does not see that the same has happened with prices.

- You are the head of the Risk Analyses and Management Centre. What risks for Bulgaria and the Bulgarian economy are outlined in your analyses and forecasts for the near future?

- The most dangerous for Bulgaria are the social insecurity and the lack of political stabilization, which can be achieved with the full mandate of the parliament and the government. There are significant risks of Russian hybrid aggression against our country, which is particularly vulnerable in this regard for many reasons, including historical ones. To me, the greatest risk is the lack of the rule of law, which has opened the way for a mutation of the Bulgarian democracy into an oligarchic system.

- Since 1989, the Bulgarian economy has undergone many interventions with the purpose of becoming a healthy one. What does it need now?

- The economy and the demographic crisis need faster growth and shortening of the time for reaching 70% of the European standard of living. Then, as the experience of Greece and Portugal shows, we can hope to start the reverse process of mechanical migration and return of Bulgarians into their homeland.

How to create the prerequisites for this faster growth is a big issue, which in our country is based on the low quality of the public environment and the infrastructure. In turn, they are due to the very small and weak state, which has abdicated from many of its modern functions.

- In the 1990s, Bulgaria’s business card was the cheap but qualified workforce. Did that position us as the poorest country in the EU for such a long time?

- No! We took the place of the poorest country in the EU after the two national economic catastrophes in 1990 and 1997. Then, the Bulgarian Communist Party/ Bulgarian Socialist Party caused a triple decline in the GDP per person, devalued 1000 times the national currency, and thus, the national capital.

- Especially in the first years of change, media were an important factor. How do you see their role today?

- I will not comment on the previous or the current role of Bulgarian media.

- Is there a question that you would like to ask through our magazine?

- No.

- What would you wish to Economy Magazine for its anniversary?

- Higher circulation, more expertise and a tribune for real economic debates. (2)



Миражът за глобално евро

ОТ ДАНИЕЛ ГРОС

The Mirage of a Global Euro

BY DANIEL GROS

Project Syndicate

Едно от гръмките твърдения за еврото беше, че ще съперничи на щатския долар като втора глобална резервна валута. Тези надежди не успяха да се материализират. Значимостта на еврото в световните резерви и финансовите пазари днес е приблизително същото като преди две десетилетия, когато еврото замени германската марка и десет други национални валути.

Но надеждата умира последна и в този дух Европейската комисия наскоро публикува съобщение, озаглавено „За по-силна международна роля на еврото“. Европейската комисия, както и повечето европейски политици, приема за даденост, че би било от полза за еврозоната, ако еврото има по-глобална роля. Но това не е непременно вярно.

Общото мнение е, че едно такова предимство произтича от широкото използване на евробанкноти извън зоната с единна валута. Поне при тази мярка еврото бележи голям успех. Валутата в обращение се е увеличила повече от два пъти през последните 20 години както в абсолютно изражение, така и като процент от БВП на еврозоната, а общата стойност на евробанкнотите в обращение сега възлиза на 1,2 трилиона евро (1,3 трилиона долара). Освен това, по обща оценка голяма част от еврото в брой се използва извън еврозоната.

Но икономиката на издаването на банкноти се е променила. Издаването преди е било печеливш бизнес за централните банки, защото те са могли да инвестират постъпленията в държавни облигации с добра печалба. С 5% лихвен процент

Оне of the great claims made for the euro was that it would rival the US dollar as a second global reserve currency. These hopes have failed to materialize. The euro's importance in global reserves and financial markets today is about the same as it was two decades ago, when the euro replaced the Deutsche Mark and ten other national currencies.

But hope dies last, and in this spirit the European Commission recently published a Communication entitled "Towards a stronger international role of the euro" (sic). The European Commission, like most European policymakers, takes it as given that the eurozone would benefit if the euro played a more global role. But that is not necessarily true.

One such benefit supposedly derives from the widespread use of euro banknotes outside the single-currency area. On this measure at least, the euro has been a big success. Currency in circulation has more than doubled over the last 20 years, both in absolute terms and as a percentage of eurozone GDP, and the total value of euro banknotes in circulation amounts now to €1.2 trillion (\$1.3 trillion). Furthermore, it is commonly estimated that a large fraction of euro cash is used outside the eurozone.

But the economics of banknote issuance have changed. Issuance was previously a profitable business for central banks, because they could invest the proceeds in government bonds with a decent yield. With interest rates at 5%, and €1.2 trillion of notes in circulation, the European Central Bank could have generated revenue of about €60 billion a year. Though small compared to the eurozone's

Даниел Грос е директор на Центъра за европейски политически изследвания.

Daniel Gros is Director of the Center for European Policy Studies.

и 1,2 трилиона евро банкноти в обращение Европейската централна банка е можела да генерира приходи от около 60 милиарда евро годишно. Макар и малка в сравнение с общия БВП на еврозоната от 10 трилиона евро, тази сума е еквивалентна на почти половината от бюджета на ЕС.

При днешните отрицателни лихвени проценти обаче издаването на валута вече не е рентабилно. Това може да е още една причина, поради която ЕЦБ реши да спре издаването на банкнотата от 500 евро, която също така е много по-удобна от 100-доларовата банкнота за пренос на големи суми пари на черно. Осигуряването на удобен метод за сделки на черно в чужбина не би трябвало да се разглежда като предимство на еврото.

Друг аргумент за наличието на глобална резервна валута е, че чуждестранните заеми стават по-евтини. Това е „невероятната привилегия“, която по времето, когато Валери Жискар д'Естен е финансов министър на Франция, пословично казва по адрес на САЩ, които се радват на статута на долара като основен валутен резерв в света. Но докато издаването на дълг, деноминиран в долари, е важно предимство за САЩ (най-големият дължник в света), еврозоната е нетен кредитор. И като се има предвид, че реалните лихвени проценти са по-високи в доларово изражение, би било по-добре, ако външните активи на еврозоната бъдат деноминирани в долари, отколкото в евро.

Освен това, последиците от това да бъде стандарт за валута биха били доста проблематични за еврото. За щастие държавите, които обвързват

overall GDP of €10 trillion, this sum is equivalent to almost one-half of the EU's budget.

At today's negative interest rates, however, currency issuance is no longer profitable. This might be another reason why the ECB decided to stop issuing the €500 note, which is also much more convenient than the \$100 bill for handling large amounts of black money. Providing a handy vehicle for underground transactions abroad should not be regarded as an advantage of the euro.

Another argument for having a global reserve currency is that foreign borrowing becomes cheaper. This is the "exorbitant privilege" that Valéry Giscard d'Estaing, when he was France's finance minister, famously said the United States enjoyed owing to the dollar's status as the world's main reserve currency. But while issuing dollar-denominated debt is an important advantage for the US (the world's largest debtor), the eurozone is a net creditor. And with real interest rates tending to be higher in dollar terms, it would be better for the eurozone's external assets to be denominated in dollars than in euro.

Furthermore, the consequences of being a major anchor currency would be particularly problematic for the euro. Fortunately, the countries that peg their currency to the euro have little economic weight. Imagine, for example, that China pegged its currency to the euro instead of to the dollar. The Chinese authorities would then determine the euro's exchange rate against the dollar – the currency of the EU's biggest trading partner and competitor. Being an anchor currency can actually entail a loss



валутата си с еврото, имат малка икономическа тежест. Представете си например, че Китай е обвързала валутата си с еврото, вместо с долара. Впоследствие, китайските власти биха определили валутния курс на еврото спрямо долара - валутата на най-големия търговски партньор и конкурент на ЕС. Да бъдеш стандарт за валута, всъщност може да доведе до загуба на контрол.

Вярно е, че има и други причини, поради които може да е в интерес на Европа еврото да играе по-важна роля в глобален мащаб. Например извънтериториалното прилагане на санкции от страна на САЩ прави изключително трудно за европейските компании да поддържат търговски връзки с Иран, защото по-голямата част от международната търговия на Иран се фактурира и заплаща в долари. Но възможността САЩ да прилагат толкова масово санкции се дължи главно на дипломатическата и военната им сила. Дори и еврото да играеше много по-голяма роля в световните финанси, САЩ биха продължили да доминират, що се отнася до непоклатимата им власт.

Наличието на глобална резервна валута е резонно за голяма икономика, която не се влияе твърде много от останалата част от света. САЩ отговарят на това условие. Не е особено смислено за по-малката икономика на еврозоната, където търговията със стоки и услуги представлява повече от една четвърт от общия БВП. Освен това, дялът на еврозоната в световната икономика е спаднал от около 25%, когато еврото е въведено за първи път, до 15% днес, а скоро се предвижда да падне до под 10%.

Разбира се, относителната тежест на американската икономика също ще намалее, тъй като Китай и Индия продължават да растат все по-бързо. Но доларът ще запази стандартната си роля като ключова валута за международни търговски сделки, докато Китай продължава да ограничава движението на капитали, за да запази контрола върху своята национална икономика. Еврото, от друга страна, би могло да увеличи глобалната си роля само като забави относителния спад на икономиката на еврозоната чрез бърз растеж.

Но дори да предположим, че относителният спад на еврозоната ще продължи, това не означава непременно спад в нивото на жизнения стандарт. Дялът на японската икономика в световния БВП е намалял наполовина през последните 20 години,



of control.

True, there are other reasons why it might be in Europe's interest for the euro to play a larger global role. For example, the extra-territorial application of sanctions by the US makes it extremely difficult for European companies to maintain trade ties with Iran, because most of Iran's international trade is invoiced and settled in dollars. But the ability of the US to apply sanctions so widely is essentially due to its diplomatic and military power. Even if the euro played a much larger role in global finance, the US would remain dominant in terms of hard power.



Having a global reserve currency makes sense for a large economy that is not too exposed to the rest of the world. The US fits the bill. It makes less sense for the somewhat smaller eurozone economy, where trade in goods and services accounts for more than one-quarter of overall GDP. Moreover, the eurozone's share of the global economy has declined from about 25% when the euro was born to 15% today, and will soon fall below 10%.

The relative weight of the US economy will of course also decrease as China and India continue to grow faster. But the dollar will retain its conventional role as the key currency for international trade transactions as long as China limits capital movements to keep control over its domestic economy. The euro, on the other hand, could increase its global role only by slowing the relative decline of the eurozone economy through rapid growth.

But, even assuming that the eurozone's relative decline continues,

this would not necessarily mean a fall in living standards. The share of Japan's economy in global GDP has halved over the last 20 years, while living standards there have continued to improve, albeit slowly.

Either way, it is a good thing that early hopes for the euro to become a true global currency have not been realized. The eurozone currently is facing enough economic challenges without the additional burden of issuing a global reserve currency. ☞

докато жизненият стандарт там е продължил да се подобрява, макар и бавно.

И в двата случая е добре, че първоначалните надежди, че еврото ще стане значима глобална валута, не са се реализирали. В момента еврозоната е изправена пред достатъчно икономически предизвикателства без допълнителната тежест на издаването на валута за глобален резерв. ☞



Задава ли се мания по паладия

От декември 2018 г. сребристыят метал е по-скъп от златото

Since December 2018, the silvery metal has been more expensive than gold

Is a Mania over Palladium Coming Up



Владимир Митев



Vladimir Mitev

През декември 2018 г. паладият стана по-скъп от златото за първи път през последните 16 години. Тенденцията за поскъпването му продължава и тази година. Седмица преди края на февруари унция паладий струва около 1500 долара, докато златото се търгува на стойности около 1330 долара за унция. Това означава, че сребристорбелият благороден метал играе все по-важна роля в световната икономика и привлича вниманието на спекулантите.

Паладият е част от групата на платината, която включва рутений, родий, осмий, иридий и самата платина.

In December 2018, the palladium became more expensive than gold for the first time in the last 16 years. The trend for its price increase continues this year. A week before the end of February, an ounce of palladium cost about USD 1,500, while gold was traded at about USD 1,330 per ounce. This means that the silver-white precious metal plays an increasingly important role in the global economy and attracts the attention of speculators.

Palladium is part of the platinum group, which includes ruthenium, rhodium, osmium, iridium and the platinum itself.

80% от добитото количество паладий в света се използва в катализаторите на бензиновите автомобили. Паладият в катализаторите превръща замърсяващите газове във въздушен диоксид и водни пари. Така опазва околната среда. Той не корозира и затова се използва и в електротехниката. От него се правят хирургични инструменти. Има приложение и в бижутерията, в зъботехниката и в други области.

Историята на паладия като познат на човека химичен елемент започва през 1803 г. Кръстен е на древногръцката богиня на мъдростта Атина Палада. Съдържа се в никеловите руди. Той е с най-ниска плътност и с най-ниска точка на топене от металите от групата на платината. На стайна температура може да абсорбира водород с 900 пъти по-голям обем от своя. Паладият е добър катализатор за реакции, свързани с водород. Той се ползва заедно с мед и злато за оцветяване на златото в сплав, наречена „бяло злато“.

Наблюдаваното покачване на цените се обяснява с ръста на търсенето в световен мащаб заради потребностите на автомобилната индустрия. През миналата година световните нужди са достигнали до 8,5 млн. унци. През по-голямата част от последното десетилетие търсенето надвишава предлагането, пише консултантската компания Metals Focus. Очаква се през 2019 г. за осма поредна година добивът на паладий да е по-малък от търсенето му.

В последно време в Европа се купуват по-малко дизелови автомобили (ползващи вместо паладий платина), но се търсят все повече бензиновите возила. Освен това в Китай се затягат регулациите за автомобилното замърсяване и това принуждава производителите на коли да увеличат количеството паладий, което ползват.

„Приближаваме се до значителен ръст на китайските покупки на паладий, защото става все по-вероятно някои градове и провинции да приложат новите регулации по-рано. Това може да стане още през 2019 г. и ще доведе до двуцифрено нарастване на потреблението на паладий в китайските автомобили“, твърди Питър Дънкан – генерален мениджър за изследване на пазарите на британската компания Matthey.

„В дългосрочен план ще продължат силното търсене и по-високите цени. Очакваме обаче в близко бъдеще да има корекция в тенденцията при цената на паладия“, казва Суки Купър, анализатор за скъпоценни метали на Standard Chartered Bank.

Металът се добива основно в Русия, Република Южна Африка и Зимбабве. Само Русия отговаря за 50% от световния добив. А компанията „Норилски никел“ осигурява 40% от предлагането на суровината в глобален план. За нея и за производители в страни като Република Южна Африка поскъпването на метала е чудесна новина, но автомобилостроителите, а вероятно и купувачите на автомобили биха се радвали то да бъде овладяно, защото се отразява негативно на цените на колите.

Всъщност, анализаторите дискутират, че ако цената на паладия продължава да нараства, автомобилостроителите може да потърсят негови заместители. Те обаче биха изисквали технологични нововъведения и промени в автомобилите, които биха отнели дълги месеци. Електрификацията на автомобилите би могла да е решение, но

80% of the amount of palladium produced in the world is used in gasoline vehicle catalysts. Palladium in catalysts converts the pollutants into carbon dioxide and water vapour. This protects the environment. It does not corrode and that is why it is also used in electrical engineering. Surgical instruments are made of it. It is also used in jewellery, dentistry and other sectors.

The history of palladium as a chemical element known to people started in 1803. It was named after the ancient Greek goddess of wisdom Pallas Athena. It is contained in nickel ores and has the lowest density and the lowest melting point of the metals from the platinum group. At room temperature, it can absorb hydrogen with 900 times greater volume than its own. Palladium is a good catalyst for reactions, associated with hydrogen. It is used together with copper and gold to colour the gold in an alloy called white gold.

The observed rise in prices is explained by the growth of the global demand, due to the needs of the automotive industry. Last year, the global demand reached 8.5 million ounces. For most of the last decade, the demand exceeded supply, writes the Metals Focus consulting company. It is expected that in 2019, for an eighth consecutive year, the production of palladium will be less than what is demanded.

Recently, fewer diesel cars (using palladium platinum) have been purchased in Europe, but more and more gasoline vehicles are being sought. In addition, China's automobile pollution regulations are being tightened, and it forces car manufacturers to increase the amount of palladium they use. "We are about to face a significant increase in Chinese palladium purchases because it is more and more likely



тя продължава да е с ограничено влияние на пазара на коли. Хибридите обаче се нуждаят от метали като паладий...

Значи ли всичко това, че спекулантите имат своя нов биткойн в лицето на паладия, така че нарастващата му стойност да им донесе лесни пари? Според сайта IndependentSpeculator.com очакванията за златен или по-скоро за палاديен гъж са неоправдани.

„Важно е, че преди 20 години платината и паладият бяха по-скъпи от златото, като паладият имаше по-висок курс от платината, както сега. Но това не трая дълго. И не превърна паладия в актив, където може човек да намери сигурен пристан на пазара. След като цената му скочи, през следващите 15 години неговото представяне беше посредствено. Историята за това как „Китай харесва бензинови автомобили“ повиши цената на паладия, докато новите китайски автомобилни производители предлагат на пазара евтини нови електромобили. Това обаче не означава устойчив ръст на търсенето на паладий. Днес металът е по-скъп от златото, но това не го прави скъпоценен метал – не и в смисъла на актив, който може да защити богатството. Помнете, че цените на паладия са се утроили за последните пет години. Последният път, когато нещо подобно се случи с платината или с паладия, в следващия момент цените им се сриваха“, припомня авторът на сайта Лобо Тигр.

Скокът в цената на паладия обаче поражда и оптимизъм у анализаторите. Аахаш Доши от Ситигруп пише в доклада от името на банката, че „Фундаменталните показатели на пазара на паладий са най-силни днес за последните две десетилетия“.

За да разберем бъдещето на метала, кръстен на Атина Палада, очевидно са нужни не само сметки, но и мъдрост. (1)

that some cities and provinces will implement the new regulations earlier. This can happen as early as 2019 and will lead to a two-digit increase in palladium consumption in Chinese cars,” claims Peter Duncan, General Manager for Market Research at the British company Matthey.

“In the long run, strong demand and higher prices will continue. However, we expect a correction in the price of palladium in the near future,” says Suki Cooper, precious metals analyst at Standard Chartered Bank.

The metal is mainly produced in Russia, the Republic of South Africa and Zimbabwe. Russia alone is responsible for 50% of the world yield. The company Norwich Nickel provides 40% of the global supply of the raw material. For it and for producers in countries, such as the Republic of South Africa, the rise in the price of the metal comes as great news, but car makers, and perhaps car buyers, would also like for it to be put under control because it affects car prices in a negative way.

Actually, analysts are discussing that if the price of palladium continues to rise, car makers may look for substitutes. However, they would require technological innovations and car modifications that would take months. Vehicle electrification could be a solution, but it still has a limited impact on the car market. Hybrids also need metals, such as palladium...

Does this all mean that speculators have their new bitcoin in the form of palladium, so that its rising value will bring them easy money? According to IndependentSpeculator.com, the expectations for gold or rather a palladium rain are unjustified.

“It is important that 20 years ago platinum and palladium were more expensive than gold, with palladium having a higher rate than platinum, just as now. But it did not last long. And it did not turn palladium into an asset in which one could find a safe harbour in the market. After its price jumped, its performance has been mediocre in the next 15 years. The story of how “China likes gasoline cars” raised the price of palladium, while new Chinese car makers are selling on the market new cheap electric cars. However, this does not mean a sustainable increase in the demand for palladium. Today, the metal is more expensive than gold, but this does not make it a precious metal – not in the sense of an asset that can protect wealth. Remember that palladium prices have tripled over the last five years. The last time something like this happened with platinum or palladium, their prices collapsed soon after,” says the author of the Lobo Tigre site.

The jump in the price of palladium, however, also makes analysts optimistic. Aakash Doshi, of Citigroup, wrote in the report on behalf of the bank that “The fundamental indicators of the palladium market are the strongest for the last two decades.”

In order to understand the future of the metal, named after Athena Paladas, obviously what is needed are not only calculations but also wisdom. (2)





Светлана Проданова: Когато си мислиш, че повече не можеш, не спирай, а забързай

Следата, която искам да оставя:
Всеки човек, проект или място, до
които съм се докоснала, с една идея
по-добри, отколкото съм ги намерила

*The trace I would like to leave
behind: every person, project or
place which I have touched upon to
become slightly better than before*

Svetlana Prodanova: When You Feel Like You cannot Go any Further, don't Stop, Speed Up

Яна Колева  Yana Koleva

В живота и в работата се убедих, че лидерът е онзи, когото следват заради него самия, заради неговите постижения, качества и авторитет, независимо каква позиция заема.

- **Почувствах се бизнес лидер**, когато разбрах, че съм помогнала на човек с по-дълъг житейски и бизнес опит от мен, на когото се възхищавам за негови лични постижения, да придобие допълнителна увереност в работата си и да разреши ситуация с дългогодишна история във фирмата си.

- **Пътят към върха** – спомням си първия път, когато качих Вихрен. Започнахме в три през нощта (изискват се жертви), за да успеем с целия маршрут до хижа „Яворов“, девет часа по пътеводител (необходима е дългосрочна цел). Следвахме безмълвно водача, защото само той имаше фенер и знаеше пътя (доверяваш се на по-опитния и по-подготвения). Вървяхме три часа повече от планираното (бъди готов за отклонения от първоначалния план), накрая дори тичахме (когато си мислиш, че не можеш повече, не спирай, а забързай). През цялото време

In life and on the job, I have learnt that a leader is the one that other follow because of who he or she is, because of one's accomplishments, qualities and authority, regardless of the position they hold.

- **I felt like a business leader**, when I realized that I had helped a man with a longer life and business experience than myself, whom I admire for his personal achievements, to gain additional confidence in his work and to find a solution to a situation with a long history in his company.

- **The way to the top** - I remember the first time I climbed Vihren peak. We started at three o'clock at night (sacrifices have to be made) to make it all the way to Yavorov hut, nine hours, following a tourist guide (a long-term goal is needed). We followed the guide in silence because only he had a lantern and knew the way (trusting the more experienced and better prepared). We walked three hours longer than originally planned (be prepared for deviations from the original plan), eventually even running (when you think you cannot go any further, don't stop but speed up).

Светлана Проданова е национален директор на BNI България. Завършила е УНСС в София и Академията за висши мениджъри към Виенския университет по икономика и бизнес. Заемала е управленски позиции в големи международни компании, като „Байерсдорф“ и „Жилет“, като е отговаряла за пазарите в Централна и Източна Европа. Майка на три деца, ревностен почитател на ученето през целия живот и на вегетарианството, любител на силовите йога практики и тичането.

Svetlana Prodanova is a National Director of BNI Bulgaria. She graduated from the University of National and World Economy in Sofia and the Executive Academy at Vienna University of Economics and Business. She has held managerial positions in major international companies, such as Bayersdorf and Gillette, having been responsible for the markets in Central and Eastern Europe. She is also a mother of three children, an avid fan of lifelong learning and vegetarianism, a lover of power yoga practices and running.

знаехме, че избираме между това да вървим и да стигнем, или да спим под открито небе (когато няма връщане назад, не се отказваш).

- **Разбрах, че моето призвание е** да не спирам да се развивам и така да вдъхновявам хората да извървяват допълнителните крачки към все по-доброто си аз.

- **BNI - тази аббревиатура** промени моя живот и живота на още стотици хора в България.

- **Ако се питате как да порасне вашият бизнес**, се попитайте колко големи промени сте готови да направите в самия себе си и кои са хората, с които бихте искали да пораснете заедно.

- **След близо 17 години ангажираност с маркетинга на бързооборотни стоки и над три години маркетинг чрез препоръки** се убедих, че автентичният образ и придържането към собствените ценности винаги печелят - и за марките, и за хората.

- **Когато езикът на числата говори:** 248 хиляди собственици в 78 страни по света са избрали BNI, за да развият бизнеса си.

- **Философията, която стана и моя** – никога не подценявай хората, с които се срещаш.

- **За всеки бизнес хората са** алфата и омегата, те го измислят, правят процъфтяването му възможно, ако се налага, го закриват, за да гадат начало на нов. Хората са създателите, катализаторите и посланиците на бизнеса.

The whole time we knew we were making a choice between keep on going and getting there or sleeping under the open sky (when there is no going back, you don't give up).

- I found out that my calling is to never stop developing and, thus, inspire people to walk the extra mile to their ever-better selves.

- BNI – this abbreviation changed my life and the lives of hundreds of other people in Bulgaria.

- If you are wondering how to grow your business, ask yourself how big of a change you are willing to make with yourself and who are the people you would like to grow up with.

- After nearly 17 years of commitment to the FMCG marketing sector and over three years of marketing through recommendations, I got convinced that an authentic image and adherence to your personal values always win - both for brands and for people.

- When numbers speak: 248,000 owners in 78 countries around the world have chosen BNI to develop their business.

- The philosophy that has become my own - never underestimate the people you meet.

- For every business, people are the alpha and the omega, they create it, they make it possible for it to thrive, they shut it down, if necessary, in order to start a new one. People are the creators, the catalysts and the ambassadors



Онователят и изпълнителният директор на BNI отличават директори от BNI България за изграждането на големи и успешни BNI общности, ноември 2018 г.

BNI's founder and CEO honour the directors of BNI Bulgaria for building big and successful BNI communities, November 2018

ФИРМЕН ПРОФИЛ:

BNI е международна организация, която помага на своите членове да развият бизнеса си чрез структурирана, позитивна и професионална програма за маркетинг чрез бизнес препоръки. BNI е сред петте препоръчани от FORBES нетуъркинг световни организации за развитие на бизнеса за 2017 г.

В България BNI открива своето първо дружество през 2015 г. До началото на 2019 г. съществуват 8 дружества с над 300 членове във Варна, Русе и София, които до началото на 2019 г. са реализирали бизнес по препоръки за над 15 млн. лв.

Философия на BNI е „Печелиш повече, когато помагаш на другите да печелят!“ (Givers Gain®).

- **Екипът е** група от ентузиазирани съмишленици, които заедно постигат цели, понякога пренебрезвайки личния си интерес. И ако искаме да печелим, започваме с установяването на нашите силни и слаби страни, а след това с изграждането на екип от хора, които ни допълват.

- **Застъпник съм на формулата** „Учене през целия живот всеки ден“. Уча от партньорите, децата и грешките си, от книги, статии и ситуации. Уча се да съм по-добра в бизнеса, любовта и родителството, да съм по-добър човек. Уча нови езици, спортове и рецепти.

- **Изграждане на отношения означава** да си честен в намеренията си и да гържиш на думата си.

- **Тичането е** свобода, разтоварване, предизвикателство, полет. Тичането на дълги разстояния е издръжливост, постоянство и дисциплина.

- **Източната философия ме научи** да спирам и да се фокусирам върху дъха си, когато ми се струва, че нямам свободна секунда, и да запазвам мълчание, когато хиляди думи кълтят в главата ми.

- **Прогнозата за бъдещето, която ми влияе** - за продължаващото глобално покачване на температурите. Опитвам се всячески да намалявам въглеродния си отпечатък.

- **Следата, която искам да оставя:** всеки човек, проект или място, до които съм се докоснала, с една идея по-добри, отколкото съм ги намерила. (V)

of a business.

- **A team is** a group of enthusiastic believers who achieve goals together, sometimes neglecting their personal interest. And if we want to win, we start by identifying our strengths and weaknesses, and then building a team of people who complement us.

- **I am an advocate of the formula** of "Lifelong Learning", but also every single day. I learn from my partners, children and mistakes, from books, articles and situations. I learn to be better in business, love and parenting, to be a better person. Learn new languages, sports and recipes.

- **Building relationships means** being honest in your intentions and keeping your word.

- **Running is** freedom, unloading, a challenge, a flight. Long-distance running means endurance, persistence and discipline.

- **Eastern philosophy has taught me** to stop and focus on my breath when I feel like I don't have a second to spare and to remain silent when thousands of words resonate in my head.

- **The forecast for the future that affects me** - the continuing global rise in temperatures. I try to reduce my carbon footprint anyway I can.

- **The trace I would like to leave behind:** every person, project or place which I have touched upon to become slightly better than before. (V)



BNI партньорите покоряват върховете в бизнеса и планината, август 2018 г.

BNI partners conquer peaks in business and mountains, August 2018

Милена Младенова © Milena Mladenova, Europrint

COMPANY PROFILE

BNI is an international organization that helps its members grow their business through a structured, positive and professional marketing program through business referrals. BNI is among the five Worldwide Networking Business Development Organizations recommended by FORBES for 2017.

In Bulgaria, BNI opened its first chapter in 2015. At the beginning of 2019, there are 8 chapters with more than 300 members in Varna, Rousse and Sofia, which, by the beginning of 2019, have generated business by referral for over BGN 15 million. BNI's philosophy is Givers Gain®

Лилия Георгиева-Столярчук: За постигането на една цел има много възможности

*Liliya Georgieva-Stolyarchuk:
There Are Many Possibilities
for Achieving a Goal*

” Контролът не е търсене на грешки в отчетите, а е предпоставка за постигане на очакваните резултати

Control does not mean looking for mistakes in reports, but is a prerequisite for achieving the expected results “





Лилия Георгиева-Столярчук отговаря за финансовия контрол на групата на Евро Алианс, част от която са Евро Алианс Инженеринг, Евро Алианс Тунели, Евро Алианс Геотехника, Евро Алианс Кънстракшън, Изолации В. Присъединява се към групата през 2018 г. с 15-годишен опит във финансовата сфера. Завършила е счетоводство и финанси в Cook's Institute of Electronic Engineering, има бакалавърска степен по бизнес администрация от НБУ.

Яна Колева  Yana Koleva

Ролята на финансовия контрол в една компания е да предотвратява вземането на грешни решения. За да има ефективност във всички процеси, трябва да сме сигурни, че са взети правилните решения в правилния момент. Това е възможно само ако познаваме целия процес от началото до края. Отговорността е голяма, защото сме изпълнители на инфраструктурни проекти, като изграждането на метрото в София, и е важно целият процес да бъде контролиран на всеки етап и от всеки свързан с проекта.

- **В моята работа е важно** да имам съдействие от всички колеги. Контролът е труден, ако хората не работят в екип и си нямат доверие. Работата ми е с цифри, но аз трябва да разчитам на хората, обработили първичните данни. Вярвам, че добротото отношение към колегите води до добри резултати и улеснява работата на всички.

- **Най-голямото предизвикателство** пред мен е да обържа представата от необходимостта от контрол. За мен контролът не е търсене на грешки в отчетите, а е сигурната предпоставка за постигане на очакваните резултати.

- **Инвестиции е добре да се правят**, когато, разбира се, имаме добър бизнес план и добра оценка на риска. Числата показват възможните решения, но не всички. Понякога е необходимо да имаме малко повече смелост и да инвестирате в нови технологии.

- **Опитът ми във финансовата сфера ме научи**, че едно плюс едно винаги е равно на две. Особено ако липсва правилно и навременно планиране. Винаги търся баланс не само в числата, но и в отношенията с хората. Финансите са в основата на всичко, а точната сметка е важна за всеки. Научи ме, че за постигането на една цел има много възможности.

- **Предприемачът в мен се събуди** още в детските ми години. Родителите ми имат частен бизнес и съм им благодарна, че ме научиха да опитвам нови неща и да не се отказвам.

- **Моята „зелена“ идея, която пусна корен:** „Човек и добре да живее, умира и друг се ражда“, гласи надписът на хан Омуртаг върху търновската колона. Идеята да създам биоурна за тленен прах, която се засажда със семена на дърво, е не само нов подход, но тя има ефект и върху зелената екосистема. Често чуваме, че въздухът в големите градове е силно замърсен, за свлачища, причинени от отсечени гори. По статистически данни за една година в България от този свят си отиват около 100 000. Ако само за 20% беше предпочетена биоурна, щяха да са засадени 20 000 дървета. С последното решение, което правим, да помислим за поколенията след нас. С грижата за посаденото дърво ще поддържаме и любовта си към своите близки.



The purpose of financial control in a company is to prevent wrong decision making. In order to have efficiency in all processes, we must be sure that the right decisions are made at the right moment. This is only possible if we know the entire process from beginning to end. The responsibility is great because we are implementing infrastructural projects, such as the construction of the metro in Sofia, and it is important for the whole process to be controlled at each stage and by everyone involved in the project.

- **In my work, it is important** to have the assistance of all of my colleagues. Control is difficult if people don't work as a team and don't trust each other. I work with numbers, but I have to rely on the people who have processed the primary data. I believe that good attitude towards colleagues leads to good results and makes the everyone's work easier.

- **The biggest challenge for me** is to change the perception about the need for control. For me, control does not mean looking for mistakes in reports, but is the definite prerequisite for achieving expected results.

- **It is good to make investments** when, of course, we have a good business plan and a good risk assessment. Numbers show possible solutions, but not all of them. Sometimes, we must be a little more courageous and invest in new technologies.

- **My experience in the financial sector has taught me** that one plus one is not always two. Especially if there is no proper and timely planning. I always look for balance, not only in numbers but also in my relations with people. Finance is the foundation of everything, and the correct calculation is important to everyone. It has taught me that there are many possibilities for achieving a goal.

- **The entrepreneur in me woke up** in my childhood. My



Liliya Georgieva-Stolyarchuk is responsible for the financial control of the Euro Alliance Engineering, Euro Alliance Tunnels, Euro Alliance Geotechnics, Euro Alliance Construction, Insulations V. She joined the Group in 2018 and has 15 years of experience in the financial sector. Liliya graduated in Accounting and Finances from Cook's Institute of Electronic Engineering and has a Bachelor's degree in Business Administration from New Bulgarian University.

- **Патентът** е личната ми награда за усилията да превърна добрата идея в реален продукт. Две години ми отне създаването на биоурна, която се разпада след посаждането. Правих много тестове и експерименти, докато стигна до успешния резултат. Тя се изработва с 3D принтер, но процесът не свършва дотук. Има и ръчна работа, за да стане уникална. По красив начин краят дава началото на нов живот.

- **Порастването на този малък бизнес става** с много работа, упоритост и лични средства. Финансирането на стартъп в България е трудно. Освен това този продукт не може да се рекламира като всеки друг, защото засяга тема, която е по-скоро табу. Залагам на информирането чрез социалните мрежи.

- **Вярвам, че** най-хубавото предстои. За Евро Алианс годината обещава да е силна, очаква се стартирането на големи инфраструктурни проекти с национално значение. В личен план се очертава развитие. А що се отнася до моя малък бизнес - все повече хора разбират, че биоурните на „Молиан“ носят живот след неизбежния край. Предлагам иновация за българския пазар и чакам момента, когато пазарът ще е готов за нея. (1)

parents had a private business and I am grateful to them because they taught me to try new things and to not give up.

- **My green idea that is deeply rooted in me:** "A good life though he may have led, a man shall die and another shall be born" says Khan Omurtag's inscription on the Tarnovo column. My idea to create a bio-urn for ashes, which is planted with a tree seed inside, is not only a new approach but it also affects the green ecosystem. We often hear that the air in big cities is heavily polluted, about landslides caused by cut down forests. According to statistics, about 100,000 people leave this world for one year in Bulgaria. If only 20% of them chose a bio-urn, 20,000 trees would have been planted. When we make our last decision, let's think about the generations after us. With the care for the planted tree, we will also keep our love to our close ones.

- **The patent is** my personal reward for trying to turn a good idea into a real product. It took me two years to create the bio-urn, which disintegrates after planting. I did a lot of tests and experiments until I achieved the successful result. It is made with a 3D printer, but the process does not end there. There is also manual work in order to make it unique. In a beautiful way the end gives rise to a new life.

- **The growth of this small business happens with** a lot of work, stubbornness and personal resources. The funding of a startup in Bulgaria is difficult. What is more, this product cannot be advertised like any other, because it concerns something that is more like a taboo. I rely on spreading the news through the social networks.

- **I believe that** the best is yet to come. For Euro Alliance the year promises to be a strong one, the launch of large infrastructural projects of national importance is expected. On a personal level, I expect development. And as for my small business – more and more people realize that the bio-urns of Molian bring life after the inevitable end. I'm offering an innovation for the Bulgarian market and I'm waiting for the moment when the market will be ready for it. (2)

Фирмен профил

- ✓ Евро Алианс са специализирани в тунелното строителство. Дружеството има клон в Сърбия и представителства в Германия, Испания и Финландия, където изпълнява значими инфраструктурни проекти.
- ✓ „Молиан“ ЕООД е стартъп, който започва дейността си след регистрирането на патент.

Corporate profile

- ✓ Euro Alliance has specialized in tunnel construction. The company has a branch in Serbia and representative offices in Germany, Spain and Finland, where it implements significant infrastructural projects.
- ✓ Molian EOOD is a startup, which has started its activity after a patent was registered.

Здравко Здравков: Технологията идва след необходимостта от нея

Здравко Здравков е ръководител Бизнес развитие на Out2Bound от основаването на компанията. Преди това близо 3 години е оперативен мениджър в TaxiMe. Работил е в екипа по продажбите на Данон България. Около година е бил начело на българското представителство на AIESEC, най-голямата международна организация, развиваща лидерския потенциал на студентите. Възпитаник е на СУ „Св. Климент Охридски“, има магистърска степен по корпоративно управление от Шанхайския университет.

Zdravko Zdravkov: Technology Comes After There Is a Demand for It

Zdravko Zdravkov has been the Head of Business Development at Out2Bound since the founding of the company. Before that, for nearly 3 years, he was the Operations Manager of TaxiMe. He worked in the sales team of Danone Bulgaria. For about a year, he headed the Bulgarian representation of AIESEC, the largest international organisation, which develops the leadership potential of university students. He graduated from the Sofia University "Kliment Ohridski" and has a Master's degree in Corporate Management from the Shanghai University.

Яна Колева  Yana Koleva

Нуждата създава компаниите и историята на Out2Bound е пример точно за това. Идеята за този бизнес модел се ражда, след като Теофил Шиков, който работел в екипа по продажбите на IT компания, изненадващо получил 7-8 предложения да започне работа в други фирми. Това за него било знак, че има дефицит на добри професионалисти с продажбени умения. Тогава заедно с още трима приятели - Димитър Митков, Борис Георгиев и Здравко Здравков, проучват пазара, установяват, че има такава необходимост и създават новата компания. Нуждата ражда услугата, която започват да предлагат. Основният им фокус е, че продават от името на своите клиенти. Свързват се с хората, които вземат решенията в дадена IT компания, и работят заедно с тях. Работят директно с лидерите в технологичните компании, за да им помогнат да намерят повече бизнес клиенти на чужди пазари и да идентифицират кои са техните ключови предимства.

Companies are created when there is a need for them and the story of Out2Bound is an example of this. The idea for this business model was born after Teofil Shikov, who was working in the sales team of an IT company, surprisingly received 7-8 proposals to start work in other companies. He saw it as a sign that there was a shortage of good sales professionals. Then, together with three of his friends – Dimitar Mitkov, Boris Georgiev and Zdravko Zdravkov, he researched the market and found out that such a need did exist and created the new company. The need gave birth to the service they are offering. Their main focus is selling on behalf of their clients. They get in contact with people who make decisions in a certain IT company and work with them. They work directly with leaders in technology companies to help them find more business clients on foreign markets and identify their key advantages.

Zdravko Zdravkov presents the opportunities that



” Нека заедно да превърнем България в разпознаваемо място, на което се създават високотехнологични продукти и услуги

Let us together make Bulgaria a recognizable place where high-tech products and services are created “

Здравко Здравков представя възможностите, които се откриват пред IT компании у нас да намират нови клиенти и да стигат до нови пазари:

Добър търговец е този, който не просто умее и желае да продава, а който се стреми да разрешава проблемите на клиентите си.

Нашият модел е да намираме компании, които правят страхотен продукт или услуга, и да им помогнем да достигнат до повече бизнес клиенти, но като открием и точния за тях партньор. Ние влизаме като дистанционен екип Продажби, който работи заедно с тях. Ако компанията няма яснота кои са нейните потенциални клиенти, ние проучваме пазара, тестваме какво би се търсило,

unfold before IT companies in Bulgaria in order to find new clients and reach new markets:

A good trader is one who not only knows how to sell and wants to sell, but also one who tries to solve the problems of their clients.

Our model is to find companies that create a great product or service and help them reach more business clients, but also to find the right partner for them. We enter as a remote sales team that works together with them. If the company does not know who its potential clients are, we explore the market, test what would be demanded, where they would best realise their products or services. Clients come after the team, because if

ФИРМЕН ПРОФИЛ:

Out2Bound е компания, създадена в България от четирима основатели (Димитър Митков, Теофил Шиков, Борис Георгиев и Здравко Здравков) преди три години. Тя съдейства на технологичните фирми да намират свои клиенти в чужбина. Помагат им да осъществяват продажбите и да растат. Едната функция е да са полезни в намирането на нов бизнес. Другата е да обучават IT сектора как да развие своите конкурентни предимства. Оказва се също, че много от IT компаниите имат страхотни идеи и екипи, но им липсва познание как точно да продават. Out2Bound предоставя тази услуга вече не само за компании в България, но и на такива, които работят в чужбина и търсят верния път към пазара. Екипът на Out2Bound постоянно се увеличава и надвишава 21 души. Имат няколко офиса в чужбина, като един от тях е в Сингапур. В компанията работят и чужденци, а не само българи с опит в чужбина.

къде най-добре биха реализирали своите продукти или услуги. Клиентите идват след екипа, защото, ако той добре си свърши работата, те да са доволни и ще продължат да работят с тази компания.

IT бизнесът има нужда от нашето знание за потенциалните пазари, фирмите оценяват нашата откровеност и уменията да виждаме силните и слабите им страни, както и уменията да свързваме.

Продажбите не са самоцел

а са следствие от решаването на проблем. Компаниите натрупват знания в определена сфера и те могат да продават тази експертиза под формата на услуга или продукт, но често им липсва знанието как да стигнат до пазарите и то по най-добър начин. Ние им помагаме да фокусират своето внимание и да започнат да виждат неща, които преди не са забелязвали. Така предоставяме все по-голяма стойност, а богатата ни експертиза ни прави търсени.

Вземаме ноу-хау от САЩ и го развиваме. Подходът ни за американския пазар е един, друг е за Европа, като за всяка европейска страна има специфики. Дори езикът, на който осъществяваме контакта с потенциалните клиенти в чужбина – поне в началото, е от значение. Азиатският пазар е непроверен пазар, той обаче е интересен за част от българските IT компании. Там начинът на водене на преговори е съвсем различен.

Съветът ни към всички е: Търсете начин да дадете

повече стойност

на своите клиенти. Най-добри резултати сме постигали с компании, които знаят каква бизнес стойност дават и къде е техният пазар. Затова препоръката ми е всяка



Кристиан Спирков | Instagram: @kristian_spirkov

the team does their job well, the clients will be happy and will continue to work with this company.

The IT business needs our knowledge about potential markets; companies appreciate our honesty and the ability to see their strengths and weaknesses, as well as the ability to connect.

Sales are not an end in themselves

but are a consequence of solving a problem. Companies accumulate knowledge in a certain area and they can sell this expertise in the form of a service or a product, but they often lack the knowledge of how to reach the markets in the best way. We help them focus their attention and start seeing things they have not noticed before. That is how we provide greater value, and our rich expertise makes us sought after.

We take know-how from the US and develop it further. The approach on the US market is one thing, the approach in Europe is another, and each European country has its special characteristics. Even the language we use to contact potential clients abroad, at least in the beginning, is important. The Asian market is an unchecked market, still, it is interesting for part of the Bulgarian IT companies. There, the way negotiations are conducted is quite different.

Our advice to everyone is: Look for a way to give

more value

to your clients. We have achieved the best results with companies that know what business value they provide and



COMPANY PROFILE

Out2Bound is a company created in Bulgaria by four founders (Dimitar Mitkov, Teofil Shikov, Boris Georgiev and Zdravko Zdravkov) three years ago. It helps technology companies find their clients abroad. They help them sell and grow. One of their functions is to be useful in finding a new business. The other is to teach the IT sector how to develop its competitive advantages. It also turns out that many IT companies have great ideas and a team, but they lack the knowledge on how to sell. Out2Bound provides this service not only to companies in Bulgaria, but also to those who work abroad and are looking for the right way to the market.

The Out2Bound team is constantly expanding and consists of more than 21 people. They have several offices abroad, one of them in Singapore. There are also foreigners working in the company, not just Bulgarians with experience abroad.

Основателите на компанията: Теофил Шиков, Здравко Здравков, Борис Георгиев и Димитър Митков (от ляво надясно)

The founders of Out2Bound: Theo Shikov, Zdravko Zdravkov, Boris Georgiev and Dimitar Mitkov (from left to right)

компания да се профилира, да намери своята ниша и да доразвие своята сила. Резултатите няма да закъснеят, ако всеки прави най-доброто, на което е способен, като го съобрази със спецификите на онзи, който има нужда от него. И нашият стремеж също е екипът ни да е специализиран в това да дава стойност.

На технологичните стартапи ще кажа, че технологията идва след нуждата. Нека се фокусират не върху създаването на перфектния продукт, а на базата на обрватната връзка да изяснят как

да решат конкретен проблем

Има много стартиращи фирми, които се страхуват да продават и предпочитат дълго да разработват някаква своя идея само на база визията, която имат. Това не е верният подход. Излезте и говорете с ползвателите на вашите продукти. Направете го навреме, вижте дали идеите ви за продукт или услуга не се разминават с реалните нужди. Като цяло малко са иновативните проекти, които създават нужда. Трябва да има яснота какъв е проблемът, който те решават, и каква нужда има от това решение.

Знанието, което имаме, не може лесно да бъде натрупано и да бъдем догонени. Вероятно затова в България все още не са се появили наши конкуренти. Появяват ли се, това ще е стимул да станем още по-добри.

За компаниите сме трамплин към чужди пазари. Нека заедно да превърнем България в разпознаваемо място, на което се създават високи технологии. (1)

where their market is. So, my recommendation is for every company to find its segment, its niche, and to further develop its strengths. The results will come soon after, if everyone does the best they can, keeping in mind the specifics of those who need it. Our aspiration is also that our team is specialized in giving value.

To technological startups, I will say that the technology comes after there is a demand for it. Let's not focus on creating the perfect product, but, based on the feedback given, to clarify how

to solve a specific problem

There are many startups that are afraid to sell and prefer to develop an idea for a long period of time just on the basis of the vision they have. This is not the right approach. Go out and talk to the users of your products. Make it in time; see if your product or service ideas do not go far beyond real needs. As a whole, there are few innovative projects that create a need. There must be clarity about the problem they are solving, and to what extent the solution is needed.

The knowledge we have cannot be easily accumulated and we cannot be easily overtook. This is probably why our competitors have not yet appeared in Bulgaria. If they appear, it will be an incentive to become even better.

For companies, we are a springboard to foreign markets. Let us turn Bulgaria together into a recognizable place where high technology is being created. (2)

Бъдеще в кибер(не)сигурност

Интернет е глобален, затова и мерките за защита трябва да са такива, е Всеобщото мнение на участниците в Sofia CyberSec

Future in Cyber(in)security

The Internet is global, that is why the protection measures should also be global, is the general opinion of the participants in Sofia CyberSec

Мирела Вацова  Mirela Vavova

Ново време, нов инструментариум. Икономическата и политическата надпревара съществуват откакто свят светува, а целта винаги е била една и съща – надмощие. Похватите за постигането ѝ обаче не само се множат и усъвършенстват, но и стават все по-унищожителни. Днес оръжието е невидимо, а мишените сме всички ние, свързани към интернет потребители. Технологиите са неизменна част от ежедневието на съвременния човек и направиха така, че почти всички традиционни отношения във физическия ни свят да имат и свое цифрово изражение. Киберпространството стана най-голямото хранилище както на потребителска, така и на държавна информация, затова и онлайн защитата се превърна във въпрос на лична и национална сигурност.

Проблемите и възможните решения в тази сфера бяха тема на първата международна конференция Sofia CyberSec. Форумът се организира от Дигитална национална коалиция (ДНК), икономическия портал Economic.bg и списание „Икономика“. Събитието събра заедно бизнес лидери, правителствени представители, специалисти по ки-

New time, new tools. The economic and political race has existed since the beginning of time, and the purpose has always been the same – supremacy. The ways of achieving it, however, are not only multiplying and improving, but also becoming more and more devastating. Today, the weapon is invisible, and we all, the users who are connected to the Internet, are the targets. Technology is an integral part of the everyday life of a modern person and it has made it so that almost all traditional relationships in our physical world have their own digital expression. Cyberspace has become the largest repository of both user and state information, and that is why online protection has tuned into a matter of personal and national security.

The problems and possible solutions in this area were the topic of the first international conference Sofia CyberSec. The forum was organized by the Digital National Alliance (DNA), the economic portal Economic.bg and the Economy Magazine. The event brought together business





Новата „Студена война“ е вече в киберпространството, смята Петър Кирков от Telelink (вляво)

The new Cold War is already in cyberspace, says Petar Kirkov from Telelink (left)

Красимир Страков © Krasimir Strakov

берсигурност и софтуерни разработчици, които споделиха опита и визията си за бъдещето на киберсигурността.

С поглед напред

Прозорливите организации, било то в частната, правителствената или неправителствената сфера, вече са узрели за необходимостта от това да инвестират в повишаването на своята киберзащита. Глобалните разходи за хардуер, софтуер и услуги в сферата на сигурността ще нараснат до 133.7 млрд. долара през 2022 г., сочи доклад на IDC от м.г. За сравнение, тези през 2018 г. са около 92 млрд. долара. Ако очакванията се сбъднат, това ще означава, че след 4 г. похарчените за сигурност пари ще са с 45% повече.

Тези прогнози не са изненада предвид ръста на хакерските нападения. Докладът „Global Economic Crime Survey 2016“ на PwC сочи, че в световен мащаб киберпрестъпността през 2016 г. заема 32% от всички икономически престъпления, като това е ръст от 8% спрямо 2014 г., когато те са били 24%. В България киберпрестъпленията през 2016 г. са съставлявали 24% от всички икономически престъпления. Само две години по-рано дялът им е бил 10%.

Хакерски атаки се случват буквално всеки ден, а икономическите загуби от тях са в размер на стотици милиарди долари. В световен мащаб се очаква до 2021 г. щетите да достигнат 6 трлн. долара. Показателно за тенденцията е и случващото се в малка България. „Тукашният бизнес поема стотици хиляди левове загуби месечно от различни кибератаки или други компютърно-информационни инциденти“, коментира пред сп. „Икономика“ комисар Явор Колев, началник на отдел „Киберпрестъпност“ при ГДБОП-

leaders, government officials, cyber security specialists and software developers who shared their experience and vision on the future of cybersecurity.

Looking Ahead

Insightful organizations, whether in the private, governmental or non-governmental sectors, are already realizing the need of investing in the improvement of their cybersecurity. Global costs for hardware, software and security services will increase up to USD 133.7 billion in 2022, according to an IDC report released last year. To compare, those in 2018 were about USD 92 billion. If the expectations materialize, it means that in 4 years, the money spent on security will be 45% more.

These predictions are not surprising, given the increase of hacker attacks. PwC's Global Economic Crime Survey 2016 shows that the cybercrime in 2016 was 32% of all economic crimes in the world, which is an increase of 8%, compared to 2014, when they were 24%. In Bulgaria, cybercrime in 2016 was 24% of all economic crimes. Just two years earlier, its share was 10%.

Hacker attacks happen literally every day, and the economic losses amount to hundreds of billions of dollars. On a global scale, the damages are expected to reach USD 6 trillion by 2021. An indicator of the trend is what is happening in small Bulgaria. „The business in the country loses hundreds of thousands of levs per month from various cyberattacks or other computer-related incidents,“ comments before Economy Magazine Commissar Yavor Kolev, Head of the Cybercrime department at GDBOP-Ministry of Interior, who was one of the lecturers at the 2019 Sofia CyberSec conference.

However, there is no accurate data on the financial scope of cybercrime in Bulgaria. The reason is also the percentage of latent (hidden) breakthroughs that are not reported on the pretext that reporting them will damage the reputation of the organization or will lead to loss of clients. „Many victims of ransomware prefer to solve the problem themselves and continue to work without reporting it to the competent authorities,“ Commissioner Kolev explains.

The Weakest Link

The reasons for the leakage of personal data and cyber breakthroughs most often are due to a human mistake. Negligence is inherent to both company employees who have to take care of information security and to individual users. This was the opinion of the participants in the discussion panel on cybersecurity and artificial intelligence during Sofia CyberSec 2019.

„Information security is no longer seen as a static process, but as a solution requiring proactive intervention and prevention. What is more, taking into account the analyses of the incidents, for the most part, they are caused by a human mistake, mostly by insufficient hygiene of information storage,“ comments Svetlin Nikolov, Executive Director of Stone Computers.

„Make your passwords more complex, and if you have not changed them in the last 3 months, do it,“ says the Cybersecurity Expert and Telelink Risk Manager Petar Kirkov. The same view is shared by Krasimira Bogdanova, Head of Information Security of the General Secretariat, the Commissioners' Offices and the European Political Strategy Centre at the European

MBP, който бе един от лекторите на конференцията Sofia CyberSec 2019.

Точни данни за финансовите измерения на киберпрестъпността у нас обаче няма. Причината е големият процент и на латентните (скрити) пробиви, които не се докладват под предлог, че информацията за тях ще накърни репутацията на организацията или ще ѝ коства загуба на клиенти. „Много жертви от рансмуер предпочитат да отстранят сами проблема и да продължат работа, без да докладват на компетентните органи“, обяснява комисар Колев.

Най-слабата връзка

Причините за изтичането на лични данни и извършването на киберпробиви най-често са свързани с човешка грешка. Немарливостта е присъща както за служители във фирмите, които трябва да следят за информационната сигурност, така и за отделните потребители. Около това мнение се обединиха участниците в дискусияния панел за киберсигурност и изкуствен интелект по време на Sofia CyberSec 2019.

„Информационната сигурност вече не се разглежда като статичен процес, а като решение, изискващо проактивна намеса и превенция. Освен това, отчитайки анализите на инцидентите, дори към момента в по-голямата си част те се причиняват от човешка грешка, най-вече от негостатъчна хигиена на съхранение на информацията“, коментира Светлин Николов, изпълнителен директор на Stone Computers.

„Усложнете паролите си, и ако не сте ги сменяли през последните 3 месеца, направете го“, призова експертът по киберсигурност и мениджър по управление на риска в Telelink Петър Кирков. Съгласна с него е и Красимира Богданова, ръководител Информационна сигурност на Генералния секретариат, Кабинетите на комисарите и на Европейския център за политически стратегии към ЕК. Тя споделя, че органите за киберсигурност в ЕК годишно засичат по около 400 инцидента срещу системата на институцията, като най-големият проблем е с изтичането на имена и пароли.

Експертизата на самите служители в организациите също е дефицит. „Наетите от гружествата служители, които да отговорят за киберсигурността, не са достатъчно добре подготвени, а освен това игнорират сигналите, които получават“, коментира Мартън Домокос, старши съветник в унгарската адвокатска кантора CMS Budapest, която е иницирала изследване сред страните от Централна и Източна Европа относно това доколко добре са защитени различните държавни и частни компании в тях.

В подкрепа на гумите му е и докладът на Frost & Sullivan, според който глобалната работна сила в сферата на киберсигурността ще има нужда от допълнителни 1.8 милиона души през 2022 г. Тези очаквания представляват увеличение от около 20% спрямо прогнозните данни от 2015 г.

И макар основната вина на пръв поглед да е на потребителите, допуснали компрометирането на работната си система, всъщност проблемът е по-дълбок и е свързан с липсата на финансов ресурс. Повечето компании не разполагат с достатъчно средства, за да се защитят сами адекватно. „Именно затова инструментите за осигуряване на киберсигурност трябва да са по-лесни за ползване и по-евтини“, смята Петър Кирков от Telelink.

Тук идва и ролята на изкуствения интелект, който помага за наблюдението на увеличаващите се системи и устройства, свързани в интернет. Благодарение на него

Commission. She shares that the European Commission's cybersecurity authorities annually detect about 400 incidents against the system of the institution, with the biggest problem being the leakage of names and passwords.

The expert knowledge of the organizations' employees themselves is also lacking. "The employees responsible for cybersecurity are not well-prepared, and what is more, they ignore the signals they receive," comments Marton Domokos, Senior Advisor at the Hungarian Law Firm CMS Budapest, which has initiated a survey among the countries from Central and Eastern Europe on how well the various state and private companies are protected.

His words are also supported by the report of Frost & Sullivan, according to which the global cybersecurity workforce will need an additional 1.8 million people in 2022. These expectations show an increase of about 20% compared to the 2015 forecast data.

And although it seems that the main fault is that of users who have allowed their work system to be compromised, actually the problem is deeper and is associated with a lack of financial resources. Most companies do not have enough money to protect themselves adequately. "That's why cybersecurity tools should be easier to use and cheaper," says Petar Kirkov from Telelink.

Here comes the role of artificial intelligence, which helps



може по-бързо и качествено да се откриват заплахите и да се отсява информация, така че да се реагира адекватно. Изкуственият интелект е отговорът на технологията за това как може да се защитим по-добре в днешно време.

Заедно на барикадата

Не е новина, че новата „Студена война“ е вече в киберпространството. „Все още има романтично мислещи и добри хакери, които искат да подобрят сигурността, но все повече става въпрос за правителствени групи от Русия и други държави, които искат да компрометират различни инфраструктури и чрез тях да навредят на други държави“, коментира Петър Кирков от Telelink. „ЕК например най-често бива атакувана от хакери в Русия, Северна Корея и Китай“, посочва Красимира Богданова.

„Трябва да се разделим с илюзиите, че можем да мислим мерки за киберсигурност в рамките на националната държава. Интернет е глобален, затова и мерките трябва да са паневропейски“, убеден и вицепремиерът Томислав Дончев. „Държавите, които мислят еднакво, трябва да обединят своите умения и капацитет в областта на киберсигурността“, смята и Стивън Меринджър, ръководител на отдела за дигитална комуникация на НАТО. Според него Алиансът и ЕС могат да се противопоставят на кибератаките само обединени. (1)

to monitor the increasing number of systems and devices connected to the Internet. Thanks to it, it is possible to identify threats more quickly and qualitatively and to sift through information, so that an adequate response is given. Artificial intelligence is the technological answer to the question of how we can better protect ourselves today.

Together at the Barricade

It is not news that the new Cold War is already in cyberspace. "There are still good romantic-minded hackers who want to improve security, but there are more and more government groups from Russia and other countries who want to compromise different infrastructures and through them to harm other countries," says Petar Kirkov from Telelink. "The EU, for example, is most often attacked by hackers in Russia, North Korea and China," says Krasimira Bogdanova.

"We have to abandon the illusions that we can think of cybersecurity measures within the nation state. The Internet is global, so the measures have to be pan-European," the Deputy Prime Minister Tomislav Donchev is convinced. "Countries that think alike should unite their skills and capabilities in cybersecurity," believes Steven Mehringer, Head of NATO's Digital Communications Services. According to him, the Alliance and the EU can oppose cyberattacks only united. (1)



Лекторите на конференцията са еднородни, че държавите трябва да обединят своите умения и капацитет в сферата на киберсигурността

Conference lecturers agree that states have to unite their skills and capabilities in the area of cybersecurity



Новата европейска свръхрегулация *The New European Overregulation*

Александър Александров  Aleksandar Aleksandrov

Европа е на път да приеме революционни нови правила за защита на личните данни на своите граждани, а технологичният бизнес (и не само) вече е притеснен. Ако това изречение ви изглежда като написано в началото на 2018 г., има защо. Преди по-малко от година новата европейска регулация, известна като GDPR, вся смут в дигиталния бизнес и десетки други браншовете. Но евродепутатите вече подготвят следващата. Тя се нарича ePrivacy и отново е насочена към – познатите – защитата на личната неприкосновеност. С нея би трябвало да се замени ePrivacy директивата от 2002 г., която отдавна е остаряла и не взема предвид съвременното развитие на интернет, социалните мрежи и комуникациите.

Europe is about to adopt revolutionary new rules for the protection of its citizens' personal data, and the technology business (and not only it) is already worried. If this sentence seems as if it was written at the beginning of 2018, there is a reason for that. Less than a year ago, the new European regulation, known as the GDPR, threw into confusion the digital business and dozens of other industries. But MEPs are already preparing the next one. It is called ePrivacy and, again, aims at, you got it, the protection of personal privacy. It should replace the ePrivacy 2002 directive, which has long been outdated and does not take into account the current development of the Internet, social networks and communications.



ePrivacy е на път
да увеличи хаоса
при защитата на
личните данни

*ePrivacy is about to
increase the chaos in
personal data protection*

Каква е разликата между GDPR и ePrivacy

ePrivacy все още е на ранен етап и не е ясно как точно ще изглежда в крайния си вид. Все пак можем да уточним, че докато GDPR се отнася изключително за личните данни, то новата регулация ще е насочена към конфиденциалността и личната неприкосновеност като цяло. Това включва всички видове онлайн и телеком услуги, редица агресивни форми на маркетинг, проследяващи технологии като „бисквитки“, профилирането и рекламата, базирана на поведението. При това ще се отнася не само до самите съобщения, а и до метаданните, които могат да бъдат асоциирани с комуникацията на хората. Най-общо регулацията има за цел да въведе принципите на прозрачност и съгласие, и подобно на GDPR ще засяга не само компаниите, базирани в Европа, а всички, които таргетират европейци. Очаква се глобите отново да бъдат сериозни.

Възможно е също новата регулация да обхване и някои прощащи ИТ сегменти като „Интернет на нещата“. Защото ако не харесвате да ви следят социалните мрежи, едва ли бихте се радвали, ако откриете, че това пра-ви вашият хладилник, тостер или „умно“ легло.

What's the Difference between GDPR and ePrivacy

ePrivacy is still at an early stage, and it is unclear how it will look like in its final version. However, we can make it clear that while the GDPR refers exclusively to personal data, the new regulation will focus on confidentiality and privacy in general. This includes all types of online and telecom services, a number of aggressive forms of marketing, tracking technologies, such as cookies, profiling, and behaviour-based advertising. This will apply not only to the messages themselves but also to the metadata that can be associated with people's communication. In general, the regulation aims to introduce the principles of transparency and consent, and like the GDPR, it will affect not only Europe-based companies but all those targeting Europeans. The fines are again expected to be heavy.

It is also possible that the new regulation will include some emerging IT segments, such as the Internet of Things. Because if you do not like being watched by social networks, you would probably not be happy if you find that this is what your refrigerator, toaster or smart bed does.

At What Stage Are We

The three most influential EU institutions are currently trying to agree on the final form of the regulation - the European Parliament, the European Commission and the European Council. The aim is to do so before the European elections in May this year, but a number of factors are delaying the negotiations. In addition, lobbyists from a number of industries are trying to influence the process, and this time they are determined to succeed after they have largely slept through the adoption of the GDPR. The problem is that ePrivacy will jeopardize a number of digital business models that support the internet economy today. Moreover, it would affect the interests of several extremely influential groups of players.

The major online corporations are against it because the ePrivacy regulation will directly attack their business model based on targeted advertising and will generally force them to make serious investments and changes to their platforms to protect privacy. Meanwhile, another key sector, telecom operators, which have been outraged for years by online giants, are now joining them, criticizing the new regulation and pointing out that it may question their investments in 5G networks.

The media sector, another traditional opponent of online

На какъв етап сме

Трите най-влиятелни институции на ЕС в момента се опитват да постигнат съгласие за крайния вид на регулацията – Европейският парламент, Европейската комисия и Европейският съвет. Целта е това да стане преди евроизборите през май т.г., но редица фактори забавят преговорите. В добавка лобисти от редица индустрии се опитват да повлияят на процеса и този път са решени да успеят, след като в голяма степен „проспаха“ приемането на GDPR. Проблемът е, че ePrivacy ще застраши редица дигитални бизнес модели, на които се крепи интернет икономиката днес. При това – засягайки интересите на няколко изключително влиятелни групи от играчи.

Големите онлайн корпорации са против, защото ePrivacy регулацията ще атакува директно техния бизнес модел, основан на таргетирана реклама и като цяло ще ги принуди да направят сериозни инвестиции и промени в своите платформи с оглед защита на личната неприкосновеност. Междувременно друг ключов сектор – телеком операторите – които от години недоволстват срещу онлайн гигантите, сега се присъединяват към тях, критикувайки новата регулация и посочвайки, че тя може да постави под въпрос инвестициите им в 5G мрежи.

Медийният сектор – друг традиционен противник на онлайн гигантите – също е притеснен, че ePrivacy може да удари по рекламните му приходи в интернет, базирани на „бисквитки“ и други технологии за проследяване. Според някои представители на бранша, регулацията ще унищожи сегашния модел на монетизация на безплатно уеб съдържание чрез таргетирана реклама. Чуха се дори гласове, че тя може да унищожи журналистиката такава, каквато я познаваме. Твърдение, което изглежда пресилено. В хора на недоволните са също рекламният сектор, маркетинг агенциите, електронните магазини, компаниите за VoIP услуги и др.

От другата страна на барикадата

са организации за защита на потребителите. Според тях ePrivacy е необходима стъпка във време, когато агресивното развитие на онлайн платформите на практика обезсмисля личната неприкосновеност. Двете страни са на диаметрално противоположни позиции и изглежда все по-трудно те да ги сбlijжат. Единствената допирна точка, с която са съгласни и противниците на регулацията, е, че съществуващата рамка е изключително остаряла и не отразява съвременното развитие на интернет.

Истината е, че Европа има традиции при защитата на личната неприкосновеност и в това отношение изпреварва както Азия, така и САЩ. Въвеждайки GDPR, а сега и ePrivacy, ЕС отново е пионер в тази област и задава ролеви модели във време, когато дигиталните платформи на практика обезсмислят усилията на обикновения човек да запази личния си живот в тайна. Той най-после може да види прозрачна картина на случващото се и да избере дали е съгласен да бъде проследяван.

Това със сигурност е нещо добро. Проблемът обаче е в обхвата на новата рамка и в начина, по който тя ще засегне бизнеса на редица индустрии. Медийните са особено притеснени, защото средата, в която оперират те, се промени многократно през последните години под влиянието на интернет услугите, социалните мрежи, програматик рекламата и други фактори. Хартиени-



giants, is also worried that ePrivacy could hit its advertising revenue on the Internet based on cookies and other tracking technologies. According to some representatives of the industry, the regulation will destroy the current model of monetization of free web content through targeted advertising. It was also mentioned that it could destroy journalism as we know it. An affirmation that seems overstated. The advertising sector, marketing agencies, e-shops, VoIP services companies, etc. are among the most discontented people.

On the Other Side of the Barricade

are consumer protection organizations. According to them, ePrivacy is a necessary step in a time when the aggressive development of online platforms virtually eliminates personal privacy. The two parties are in diametrically opposed positions and it seems that it is more and more difficult to bring them closer together. The only common ground on which the opponents of the regulation step is that the existing framework is extremely obsolete and does not reflect the current development of the Internet.

The truth is that Europe has a tradition of protecting privacy and is ahead of both Asia and the United States. By introducing GDPR, and now ePrivacy, the EU is again a pioneer in this area, and it sets role models at a time when digital platforms virtually nullify the ordinary people's efforts to keep their privacy to themselves. They can finally see a transparent picture of what is happening and choose whether they agree to be tracked.

This is certainly a good thing. The problem, however, is within the scope of the new framework and the way it will affect the business of a number of industries. The media are particularly worried because the environment in which they

Колко струва инвестиция в бъдещето на една държава

How Much Does It Cost to Invest in The Future of a Country

Струва ли 128 милиона долара възможността една държава да е домакин на международно събитие за технологии?

„Да“ е очевидно категоричен отговор за Лисабон, Португалия, който затвърди репутацията си на технологичен център именно поради статута си на домакин на Web Summit, в един не толкова буден иначе икономически град.

Лисабон подписа договор за 128 млн. долара с Web Summit. С тази сума правителството на Португалия в партньорство с община Лисабон привлече събитието на своя територия. Ирландия (родината на конференцията) не е щастлива от този факт.

София има ли такива възможности?

27 града от цяла Европа, сред които Амстергам, Париж, Лондон, Мадрид, Ротердам, Валенсия, Виена, Тел Авив, Брюксел, Будапеща и много други заявиха своето желание да станат домакин на доказало се като фактор на влияние в световната технологична индустрия събитие - Webit.Festival. Създаден на малкия пазар в една държава от Източна Европа – България, която само погледу няколко години международните медии рядко споменават с позитивни публикации. А сега София е провъзгласена за дигитална столица от най-големите медии като Forbes, The Economist, Al Jazeera и много други, за това, че е домакин на Webit. Според публично предоставена информация и оценка, икономическият ефект за страната домакин от всяко събитие Webit възлиза на над 60 млн. евро. В това число директни приходи от чуждестранни посетители, инвестиции, развойна дейност и маркетинг

Is the opportunity for a country to host an international technology event worth \$128 millions?

“Yes” is obviously a definite answer for Lisbon, Portugal, which reaffirms its reputation of a technology center, being the host of Web Summit, in otherwise one not so economically advancing city.

Lisbon signed a \$128 millions contract with Web Summit. With this amount, the Portuguese government in partnership with the Lisbon municipality attracted the event on the territory of the country. Ireland, the country where Web Summit originally comes from, is not very happy with this fact.

Does Sofia have these possibilities?

27 cities from all over Europe, including Amsterdam, Paris, London, Madrid, Rotterdam, Valencia, Vienna, Tel Aviv, Brussels, Budapest and many others have declared their desire to host an event, proven as a factor of influence in the global technology industry - Webit.Festival. Originally created in the small market of an Eastern European country - Bulgaria, which name the international media rarely mentioned with positive publications just some years ago. Now Sofia is called a digital capital by some of the largest media as Forbes, The Economist, Al Jazeera and many others for being the host country of Webit. According to publicly available information and assessment, the economic impact for the host country of each Webit event equals more than 60 mil euros. This comes together with direct revenues from foreign visitors, investments, business development, promotion of the destination in global media,



за домакина в световните медии, нови работни места и бизнес. Наред с това има и друг резултат – промяната на образа за страната и София в съзнанието на световните влиятелни личности и последващите бизнес възможности след едно такова събитие.

Форуми от калибъра на Webit в света се броят на пръсти и именно европейското издание на събитието досега се случва в София. Какво стои зад това попитахме изп. председател на Webit.Foundation г-р Пламен Русев и изп. директор на глобалните събития Webit г-жа Аниела Русева.

Пламен Русев: Когато 27 от топ градовете на Европа надгават, за да привлечат нещо, създадено в България – няма начин да не се чувстваш горд! Факт е, че днес Webit е една от най-големите световни общности от хора, които създават бъдещето, и едно от най-влиятелните събития за иновации, дигитална икономика, технологии и предприемачество! Webit провежда и едно от най-мащабните в света състезания за стартиращи компании - „Игри за Предприемачи“.

През годините Webit се разрасна от София до Истанбул, от Дубай до Сингапур, от Делхи до Давос.

Ние сме благодарни на всички, които ни подкрепяха и в България през последните години. В това число нашите партньори, кметът г-жа Фандъкова и нейният екип, комисар Мария Габриел, почти всички български медии, редица организации на бизнеса. За нас беше важна и моралната подкрепа от правителството през 2018 г., и участието на агенцията за малки и средни предприятия, благодарение на която много български компании получиха възможност да се представят пред света, да

creation of new jobs and businesses. Alongside, there is an additional outcome - change in the image of the country and Sofia in the consciousness of the world opinion leaders and the subsequent business opportunities coming from that, happening as a result after such an event.

World forums from the calibre of Webit can be counted on the fingers of one hand and the European edition of the event has been happening in Sofia so far. We asked for the reasons behind this the Executive Chairman of Webit.Foundation Dr. Plamen Rusev and the Executive Director of Global Events Webit Mrs Aniela Russeva.

Plamen Russev: *When 27 of the top cities of Europe are bidding to attract something created in Bulgaria - there is no way you would not feel proud! It is a fact that Webit is currently one of the world's largest communities of people who create the future and one of the most influential events for innovation, digital economy, technology and entrepreneurship! Webit also hosts one of the world's largest startup competitions - "Founders Games".*

Over the years, Webit has expanded from Sofia to Istanbul, from Dubai to Singapore, from Delhi to Davos.

We are grateful to everyone who has supported us also in Bulgaria for the past years, including our partners, Mayor Ms. Fandakova and her team, Commissioner Maria Gabriel, almost all bulgarian media and a number of business organizations. The moral support of the government in 2018 and the participation of the Small and Medium Enterprises Agency has been very important for us, through which many Bulgarian companies had the opportunity to present themselves to the world, to create contacts and to find



създават контакти и да намерят клиенти и инвеститори на Webit.

Аниела Русева: Горди сме от факта, че именно нещо родено в България е обект на интерес от най-големите, модерни, икономически развити градове и държави в Европа, които искат да бъдат домакин на европейското издание на Webit от 2020 година. Успяхме да постигнем това, на което всички са свидетели в София, която медиите често наричат „столицата на най-бедната държава в Европейския съюз“ и да ги мотивираме да я наричат „Дигитална столица“. Участниците в конкурса за нов домакин на Webit 2020 разбират това и застават с ресурса на общината кандидат и държавата, защото виждат възможностите, които Webit носи със себе си.“

Предстои тепърва да разберем кой град в Европа ще има честта да бъде новият домакин на Webit.Festival 2020.

А какво ще се случи в София тази година между 13 и 15 май?

Аниела Русева: Ще се случи 11-ото издание и най-големият досега Webit.Festival в България. Тази година очакваме над 10 000 участници да посетят събитията в рамките на фестивала. Надяваме се повече българи да присъстват и видят своето бъдеще и това на децата си, за да са готови за него! В бъдещето има летящи обекти, роботи, киборзи, изкуствен интелект и всички те са на Webit.Festival в София на 14 и 15 май в НДК. Билети (докато ги има) от сайта на събитието www.webit.bg. 📍

clients and investors at Webit.

Aniela Ruseva: We are proud of the fact that something born in Bulgaria is noted from the largest, most modern and economically developed cities and countries in Europe which want to host the European edition of Webit by 2020. We have even achieved something which everyone is witnessing in Sofia, often called by the media "the capital of the poorest country in EU," to start naming it "Digital Capital." The participants in the Webit 2020 new host contest understand this and they provide the resources of the candidate municipality and the state, because they see the opportunities Webit brings with it. "

We are yet to find out which city in Europe will be honored to be the new host of Webit.Festival as of 2020.

And what will happen in Sofia this year between 13th and 15th of May?

Aniela Ruseva: The 11th and largest edition ever of Webit.Festival in Bulgaria. This year we expect more than 10,000 participants to visit the events part of the festival programme and we hope more Bulgarians to attend and see their future and the future of their children and prepare for it! It entails flying objects, robots, cyborgs, artificial intelligence and they are all coming to Webit.Festival in Sofia on 14th and 15th of May at the National Palace of Culture. Tickets (while there still are) from the event site www.webit.bg. 📍



WWW.ECONOMIC.BG

Неравната надпревара с Големите четири

В глобалната промяна всяка по-малка компания е добре да прецени дали да си остане в плитчините, или да се опита да се хвърли в по-дълбокото

The Uneven Race with the Big Four

In the global change, every small company should decide whether to stay in the shallows or to try to dive into the deep

Тони Григорова



Toni Grigorova

Когато проумях какво всъщност правят големите гиганти, си дадох сметка, че е време да преустромя бизнеса си, сподели български предприемач. Какво ли пък толкова правят големите?

Кой бяга най-бързо

Четирите най-големи технологични компании – „Apple“, „Amazon“, „Facebook“ и „Google“, заемат все по-доминираща роля в този цифровизиращ се свят. Твърде бързо те се преобрази в корпорации, които сложиха ръка върху нашия живот, нашите предпочитания, нашите идеи и като никои друг досега имат възможност да ни следят изкъсо и да ни задават правилата, по които да играем. „Amazon“ превърна пазаруването в нещо забавно и лесно - щракаш с мишката и... готово. Докато потребителите се радват на това улеснение, Джеф Безос стана най-богатият човек в модерната история. Богатството му се дължи и на факта, че навлиза в ниши за милиарди долари, в които той видя да се спотайва апетитна плячка. Колкото повече кликове, толкова повече. Другият технологичен исполин „Apple“ през годините стана символ на престиж. Компанията превърна марката си в религия и продава на цени като за марка номер едно. Купете си най-новия продукт, вие заслужавате най-новото! Но войната за пазарни територии и надмощие се ожесточава.

Да бъдеш първи

„Facebook“ изядва все повече време на все повече хора по света. Животът на мнозина се пренесе в социалната мрежа, тя стана прозорец, през който потребителите

When I realized what the big giants are actually doing, I came to the conclusion that it was time to rebuild my business, a Bulgarian entrepreneur shared. And what are the big ones actually doing?

Who Runs Faster

The four largest technology companies, Apple, Amazon, Facebook and Google, are playing a more and more dominant role in this digitalizing world. They turned too fast into corporations that put their hands on our lives, our preferences, our ideas, and, like no one else before, they have the opportunity to keep an eye on us and set the rules we are to play by. Amazon has turned shopping into something fun and easy – a click with your mouse and... it is done. While users enjoy this convenience, Jeff Bezos has become the richest man in modern history. His wealth is also a result of the fact that he is entering niches for billions of dollars where he saw an appetizing prey hiding. The more clicks, the more money. The other technology giant Apple has become a symbol of prestige over the years. The company has turned its brand into a religion and sells at prices as a number one brand. Buy the latest product, you deserve to have the newest one! But the war for market territories and supremacy is getting more intense.

To Be the First

Facebook eats more and more time of more and more people around the world. The lives of many have moved into the social network, it has become a window through which



канят света да наднича в тяхното лично пространство. „Google“ пък е изворът на познание: Чичко „Google“ знае всичко. На все повече въпроси търсачката намира все по-обстойни отговори. И докато светът се забавлява, развива зависимост към най-големите. Е, ако някой от тях направи грешки или пропусне правилните стъпки, може да отстъпи мястото си на друг, както например „Apple“ измести предишните технологични гиганти и ги превърна в „стареещи изпълни“. За дадена компания конкуренцията е здравословна само когато нейният тренд върви нагоре и завладява нови пазарни ниши, в противен случай тя е убитствена. Виртуална игра на числата е да наблюдаваш, може и през медиите, как състоянието на най-богатите расте и как само за дни се стопява с милиарди. Затова иде реч да се запитате какво са парите днес и как се печелят. Годината започна съвсем не празнично за „Apple“, която за минути загуби над 55 млрд. долара, след като акциите ѝ паднаха със 7,55%. Но... и парите вече не са това, което бяха.

users invite the world to peek into their private space. Google is the source of knowledge: Uncle Google knows everything. The search engine finds more and more comprehensive answers to more and more questions. And while the world is being entertained, it develops dependence on the largest. Well, if one of them makes mistakes or doesn't take the right steps, it can give way to someone else, just as Apple replaced the previous technological giants and turned them into "aging ones." For a company, competition is healthy only when its brand goes up and conquers new market niches, otherwise, it is deadly. It is a virtual game of numbers to observe, even on the media, how the wealth of the richest increases and how it drops with billions in just a few days. So, you should ask yourself what money is today and how it's earned. The year didn't start very well for Apple, which lost over 55 billion dollars in a few minutes after its shares dropped by 7.55%. But... Money is no longer what it used to be.



Кой ще е следващият

„Технологичната четворка“ навлиза в етап на надпревара помежду си за преразпределение на териториите. Състезанието се ожесточава, като има и други кандидати за място в челната редица. Влизането в нея означава някой да излезе. Всяка от тези четири компании по свой начин се е превърнала в гигант, общото е, че и четирите успяха да накарат света да предпочете техния продукт или услуга, като ключов момент в това израстване е и достъпът до евтин капитал. Но когато си на предната линия, все повече ще се налага да водиш ефективна борба с остаряването и загубата на актуалност.

Докато големите се борят за надмощие, какво да правят малките в конкуренция, която най-малко може да се нарече здравословна? Дали да си останат в плитчините, с надеждата да има улов и за тях, или да се опитат да се хвърлят в дълбокото? Има ли ров, който е невъзможно да прескочат, ако се състезават на сушата?

Нов хоризонт

Малка компания на малък пазар – как да увеличи мащаба? Ако не са на свобода, мъжките лъвове живеят по-дълго. В природата те най-често умират от рани в битката за превземане на власт и много рядко се случва да умрат от старост. Същото е със „здравословната“ конкуренция в глобален свят, в който лъвовете са на свобода. От гледна точка на еволюционната психология всички успешни бизнеси упражняват притегателно въздействие върху една от трите области на тялото – ум, сърце, гениталии, пише Скот Галеуї в книгата си „The four“, която вече е и на нашия

Who Is Next

The “Technological Foursome” enters the stage of a race for redeployment of territories. The competition is getting more intense and there are other candidates for the top row. Entering the Four means that someone has to be out. Each of these four companies has become a giant in their own way, the common thing is that all four have managed to make the world prefer their product or service, and a key point in this growth is access to cheap capital. But when you are on the front line, you will have to fight effectively with aging and losing relevance more and more.

While the big ones are struggling for supremacy, what are the small ones to do in a competition that can at least be called healthy? Are they to stay in the shadows, hoping that there will be something left for them, too, or to try to dive into the deep? Is there a ditch that is impossible to jump over if they compete on land?

New Horizon

A small company on a small market – how to enlarge its scale? If they are not free, male lions live longer. In nature, they most often die from their wounds after battles for power, and very rarely do they die from old age. The same is true of “healthy” competition in a global world where lions live in freedom. From the point of view of evolutionary psychology, all successful businesses exert an attractive influence on one of the three areas of the body – mind, heart, genitals, Scott Galloway wrote in his book “The Four”, which is



пазар. Тя ще ви отвори хоризонт отвъд клишето какъв извор на вдъхновение са технологичните гиганти. Но обърнете внимание - през последните десет години най-важните компании са станали експерти по данните – по тяхното получаване, анализ и използване. Значи неслучайно наричат данните новото злато в ерата на информацията.

На кого говорят числата

„Големи четири“ има и в одита: PwC, EY, KPMG и Deloitte проверяват книгата на повечето от най-високо оценяваните компании в света. Нещо повече - продават им консултантски услуги и дейности, свързани с данните. През годините се чуваха гласове на несъгласие с тази свръхконцентрация, искания одитът и консултантските услуги да се разделят, но въпреки всичко секторът на одиторските услуги остава доминиран от „Голямата четворка“ и продължава напред в цифровия свят. Големите се фокусират върху най-печелившите сегменти и същевременно възпрепятстват появата на нови големи одитни компании, но за онзи, който доминира, това е в реда на нещата. Технологиите и тук ще чертаят нови разделителни линии, непреодолими от по-малките. Оказва се, че само единият от „Големите четири“ до тази година ще е инвестирал един милиард долара в облачни услуги. Новите технологии ще повишават стандартите им на работа и ще благоприятстват разрастването им, а малките ще обират трохите от пазара.

Скоростта на промяната расте. Процесите и основните играчи, които я дирижират, трябва да се наблюдават внимателно. Ако приложите някои от техните стратегии, гали пък няма да ускорите бизнеса си... (1)

already on our market. It will open for you a horizon beyond the clichè of what source of inspiration the technological giants are. But take a note – over the last ten years, the most important companies have become data experts – on its gathering, analysis and use. So, it is no accident that data is called the new gold in the era of information.

Who Are Numbers Talking to

There is a “Big Four” in audit, too: PwC, EY, KPMG and Deloitte check the papers of most of the world's top-rated companies. What is more, they sell them consulting services and tax related activities. Over the years, there have been voices of disagreement with this overconcentration, demands for auditing and consulting services to separate, but nevertheless the audit services sector remains dominated by the Big Four and is moving forward in the digital world. The big ones are focusing on the most profitable segments and, at the same time, are hindering the emergence of new big audit companies. But for the one who dominates, it is in the nature of things. Technology will draw new dividing lines, which will be insurmountable for smaller companies. It turns out that only one of the Big Four until this year will have invested a billion dollars in cloud services. New technologies will raise their standards of work and will favour their growth, and the small ones will pick up the crumbs on the market.

The speed of change is growing. The processes and the main players who conduct it have to be carefully monitored. If you apply some of their strategies, you might speed up your business... (2)

Новите предизвикателства преди марките

Компаниите все по-малко контролират средата, в която се говори за тях, и това ще става все по-осезаемо в бъдеще

Companies are ever less able to control the environment in which they are being discussed and this will become more and more tangible in the future

The New Challenges before Brands

Александър Александров  Aleksandar Aleksandrov

Маркетинг отделите в корпоративния свят просто са обсебени от желанието за контрол. Ако смятате, че това твърдение е пресилено, вероятно не сте се запознавали с изискванията за използване на фирменото лого и корпоративна идентичност на нито една голяма компания. В някои от тях съществуват цели наръчници от десетки страници за това как може и не може да бъде представено логото и останалите визуални елементи, на колко милиметра могат те да отстоят от други компоненти в дадена медия, къде могат и не могат да се появяват, в какъв контекст и т.н.

Проблемът е, че с развитието на новите технологични платформи през последните години този процес е силно затруднен и в голяма степен обезсмислен. Ако в традиционната медийна среда, включваща рекламни карета във вестници, клипове в телевизии или билборди по улиците, корпоративните маркетинг отдели можеха да контролират всичко, то с дигитализацията на рекламата и най-вече на потребителската комуникация това става невъзможно. Днес всеки в сектора – от рекламните агенции, до маркетинг мениджърите в компанията – говори вдъхновено за начина, по който дигиталната среда променя маркетинга. Затова е странно защо почти никой не променя и поведението си в съответствие с тази тенденция. Вместо това повечето практики от бранша продължават да се гържат сякаш тя не се случва.

По-долу ще ви запознаем с няколко примера за нови технологии, при които най-добре се вижда колко труден става контролът на корпоративната идентичност в дигиталната среда.

Добавена реалност

Както вече сме писали в сп. „Икономика“, т.нар. „добавена реалност“ представлява технология, обединяваща реалния свят около нас с виртуално съдържание на екрана на смартфон, компютър или друго устройство.

След аварията в петролната сонда Deepwater Horizon на British Petroleum през 2010 г., която предизвика една

Мarketing departments in the corporate world are simply obsessed with the desire to have control. If you think this claim is exaggerated, you are probably not familiar with the requirements for using the corporate logo and corporate identity of any large company. In some of them, there are whole manuals with dozens of pages about how the logo and other visual elements can and cannot be presented, how many millimetres from other components in a media they can be placed, where they can and cannot appear, in what context, and so on.

The problem is that, with the development of new technology platforms in recent years, this process is becoming more difficult and, to a great extent, meaningless. If in the traditional media environment, including newspaper advertisements, TV spots or billboards on the streets, corporate marketing departments could control everything, this becomes impossible with the digitalization of advertising and, above all, of consumer communication. Today, everyone in the industry – from advertising agencies to marketing managers in companies – speaks enthusiastically about the way the digital environment changes marketing. That's why it is strange why almost no one changes their behaviour in line with this trend. Instead, most practitioners in the industry continue to behave as if it is not happening.

Here are some examples of new technologies that show how difficult it is to control corporate identity in the digital environment.

Augmented Reality

As we have already mentioned in Economy Magazine, the so-called augmented reality is a technology that unifies the real world around us with virtual content on the screen of a smartphone, computer, or another device.

After the accident at the Deepwater Horizon oil spill of British Petroleum in 2010, which caused one of the largest ecological catastrophes in history, activists developed the



от най-мощните екокатастрофи в историята, акти-висти създадох мобилното приложение „Замърсяването във Вашия град“. Чрез него всеки желаещ можеше да насочи своя телефон към лого на British Petroleum наоколо – например на бензиностанция, превозно средство или дори на фасадата на корпоративната им централа, и в резултат от логото започваше „да изтича“ виртуално замърсяване.

Особено в случая е, че създателите на приложението използваха за среда на своята критика самото лого на петролния гигант, а по този начин – и всяка една негова фирмена сграда, търговски обект, превозно средство или друга форма на корпоративна идентичност. Всяко лого на компанията по света може да се превърне в послание, насочено срещу нея. Впечатляваща е също и лекотата, с която стана това – всеки желаещ можеше просто да сваля едно безплатно мобилно приложение, за да превърне логото на BP в източник на замърсяване.

Оптимизация за търсачки

SEO (Search Engine Optimization) е област, която маркетинг отделите на модерните компании отдавна не подценяват и в която инвестират значими ресурси. Въпреки това не са един или два случаята, в които дори при изписване на собствената им марка в търсачките,

mobile application Pollution in Your City. Through it, anyone could direct their phone to the logo of British Petroleum - for example, at a gas station, on a transportation vehicle or even on the facade of their corporate headquarters – and as a result, virtual pollution started to “pour out” of it.

What is special about this is that the creators of the application have used the logo of the oil giant as the focus of their criticism towards them, and thus, any company building, business site, vehicle, or other form of corporate identity. Every company logo around the world could become a message directed against the company. The ease with which this has happened is also impressive – anyone who wants could just download a free mobile application in order to turn the BP’s logo into a source of pollution.

Search Engine Optimization

SEO (Search Engine Optimization) is an area that the marketing departments of modern-day companies don’t underestimate and in which they invest significant resources. However, there are many cases when, even when they type their own brand in the search engines, they find negative results on the first page.

The reason is that Google and other search engines

те откриват негативни резултати на първа страница.

Причината е, че Google и останалите търсещи машини в интернет често извеждат по-напред независими източници като медии, форуми и др., които трудно могат да бъдат изпреварени от собствените дигитални ресурси на компанията. Освен това един маркетинг отдел няма как да контролира какви гуми се пишат в медийните статии и форумни коментари, какви тагове (етикети) се вписват под тях и какви линкове се връждат. В резултат огромен брой фирми установяват, че сред първите резултати за тях в Google има критики за лошо обслужване, негативни мнения от служители в работодателски форуми и др.

Онлайн картография

Неотдавна в маркетинг средите стана популярен случаят с американски ресторант, който дълги години се радвал на голям интерес, докато в един момент посетителите изненадващо започнали да намаляват. Тази необяснима загуба на интереса продължила с месеци и в крайна сметка довела до фалита на заведението. А по-ужасното било, че собствениците дори не знаели

on the Internet often bring independent sources on its first pages, such as media, forums, etc. that can hardly be overtaken by the company's own digital resources. In addition, a marketing department cannot control what is written in media articles and forum comments, what tags (labels) are included under them and what links are embedded. As a result, a huge number of companies find that among the first results related to them in Google, there is criticism of poor service, negative opinions from employees in employers' forums, etc.

Online Cartography

Recently, the case of an American restaurant got famous within the marketing circles, which for many years enjoyed great popularity, while at a certain moment, the number of visitors surprisingly began to decrease. This unexplainable loss of interest lasted for months and eventually led to the bankruptcy of the restaurant. And the worse was that the owners did not even know what the reason was. It turned out later that a "well-wisher" registered the restaurant on a popular online cartographic platform and wrote there that



каква е причината за това. Впоследствие се оказало, че някои „доброжелател“ е регистрирал ресторанта в популярна онлайн картографска платформа и е написал там, че обектът се е преместил. Тъй като екипът на заведението изобщо нямал опит с дигиталните услуги, дълго време не погодил за причината. Изводът е ясен: това, че не се интересувате и не разбирате от интернет, не значи че бизнесът ви вече не е там.

Услуги, базирани на локация

Този тип услуги като известната в близкото минало Foursquare или Waze, предлагат разнообразна информация или услуги на база на местоположението на потребителя. Във Foursquare например всеки желаещ можеше да регистрира виртуален обект на мястото на даден истински ресторант или магазин, а след това да му стане „кмет“. По този начин физическите бизнеси на практика се сдобиват с виртуални двойници, без да имат никакъв контрол над комуникацията и съдържанието в тях. Просто защото дори и да са собственици на земята, компаниите няма как да притежават правата върху навигационните координати на своите търговски обекти. Затова и всяко приложение от типа „виртуален свят“ може да създаде там друго съдържание.

Този проблем се видя в пълния си мащаб при навлизането на Augmented Reality играта Pokemon Go, която позволява да гоним виртуални покемони по реалните улици около нас. Проблемът е, че компютърно генерираните същества са разпръснати в нея на случаен принцип, включително в търговски центрове, заведения, частни имоти, природни паркове и дори минни полета, останали от отдавна водени войни. Всичко това постави на дневен ред въпроса може ли една компания, публична институция или физическо лице да изисква правата върху виртуалния свят, който „се намира“ в нейната физическа локация. Подобно нещо обаче едва ли има как да се урегулира със закон, а с навлизането на нови и нови услуги това ще се превърща и във все по-голямо предизвикателство за маркетинг практиците. (1)



it had moved. Since the staff of the restaurant had no experience with digital services at all, they did not suspect the cause for a long time. The conclusion is clear: the fact that you are not interested and do not understand anything concerning the Internet does not mean that your business is not already there.

Location-Based Services

The type of services, such as the famous in the near past Foursquare or Waze, offer a variety of information or services based on the location of the user. In Foursquare, for example, anyone who wanted could register a virtual site on the place of a real restaurant or shop and then become its “mayor”. In this way, physical businesses practically acquire virtual duplicates without having any control over the communication and content in them. Simply because, even if they are landowners, the companies cannot own the rights on the navigational coordinates of their commercial sites. That’s why any “virtual world” application can create other content there.

The full scale of the problem became apparent when the augmented reality game Pokemon Go was introduced, allowing us to pursue virtual Pokemons on the real streets around us. The problem is that these computer-generated beings are scattered at random places, including shopping malls, restaurants, private properties, nature parks, and even mining fields from wars that took place a long time ago. All of this brings forward the question whether a company, a public institution or an individual can claim the rights on the virtual world that “is found” in its physical location. However, such a thing is unlikely to be regulated by law, but with the introduction of new and new services, this will become an ever-greater challenge for marketers. (2)

Да продаваме, но как

Дългосрочните отношения с клиентите се крепят на коректност и доверие, иначе лоялността е нетрайвна

Румен Арсенов е с дългогодишен опит в продажбите. Отдавна е преодолял страха от провал, страха да скочи в нови обувки и да се заеме с нещо, което до момента не е правил. Учил се е от световни имена в продажбените умения, обучаван е от някои от най-добрите в тази сфера у нас, преди самият той да стане учител, но и търговец, готов да се заеме с продажбите на най-различни бизнеси. Съветите му имат основно b2b насоченост, но намират и по-широко практическо приложение. Сега е мениджър Бизнес развитие в SoCyber, като е приел предизвикателството да навлезе в сферата на киберсигурността, една нова за него територия. А това е истинският тест за професионализма му.

Продажбените умения са нещо изключително важно не само за всеки търговец и за всяка компания. Та всеки ден всеки човек „продава“ себе си в стремежа да бъде харесан и високо оценен. Ето няколко урока от Румен Арсенов.

Let's Sell, but How

Long-term customer relationships are based on honesty and trust, otherwise loyalty is not sustainable

Rumen Arsenov has years of experience in sales. He has long overcome the fear of failure, the fear of putting on different shoes and being involved in something he has not done before. He has learned from world-renown people in sales, he has been trained by some of the best in the sector in Bulgaria before becoming a trainer himself, and a trader, too; he is ready to engage in the sales activities of a variety of businesses. His advice is mainly focused on b2b, but it can also find a wider practical application. He is now the Business Development Manager at SoCyber, and he has accepted the challenge of entering the area of cybersecurity, a completely new territory for him. And this will be a real test of his professionalism. Good selling skills are extremely important not only for each and every trader or company. Each day everyone "sells" themselves in their strive to be liked and highly appreciated. Here are some lessons from Rumen Arsenov:

Яна Колева  Yana Koleva

Светът на бизнеса е продажби. А щом е продажби, трябва да умеем да продаваме. Какво е важно да знаем...

Комуникацията

е от ключово значение. Ако не сме комуникативни, няма как да продадем нищо. Трябва да убедим срещната страна да купи. Но е важно да стигнем до сделка с онзи, който има реална нужда от нашия продукт или услуга.

Доверието е много важно в дългосрочните отношения. Не бива да подвеждаме клиента си. Дори веднъж да го направим, ще загубим доверието му завинаги. Най-трудно е да убедиш клиента да ти повярва и да ти се довери, но спечелиш ли го, после трябва да имаш грижа за гласуваното доверие.

Добрят търговец

може да продава всичко. Изисква се обаче максимално да е информиран за онова, което предлага. Продуктът или

The world of business is sales. And if it is sales, we need to know how to sell. What is important to know...

Communication

is of key importance. If we are not communicative, we cannot sell anything. You have to persuade the other party to buy. But it is important to make a deal with a person who has a real need for our product or service.

Trust is very important in long-term relationships. We should not mislead our client. If we do it even once, we will lose their trust forever. The hardest thing is to persuade your client to believe in you and to trust you, but once you win them over, then, you have to take care of this trust.

A good trader

can sell anything. However, one needs to know as much as possible about what they offer. The product



Добрият търговец може да продаде всичко, но успешният гради дългосрочни отношения, уверява Румен Арсенов

A good trader can sell anything but the successful one builds long-term relationships, Rumen Arsenov says



услугата трябва да решава проблем на клиента. И преди да предлага на потенциалните клиенти, търговецът трябва да си изясни с какво продуктът или услугата ще е от полза на клиента. Едва тогава да се търси кръгът от компании, които биха имали конкретен интерес. Не бива да се набляга на проблемите, а на нуждата от подобно решение. Добрият търговец е като лекаря – на него му доверяваш всичко. Но и като лекаря той трябва да запази тайните на своя клиент. Искане се търговецът да умее да задава правилните въпроси – те са половината извървян път към сделката. Имаш ли информация от какво точно клиентът се нуждае, ще може да му предложиш подходящото за него решение. В разговора може да се разкрият и много други нужди, извън онази, която ви е срещнала. Ето защо е важно търговецът да се научи да изслушва и затова препоръката е той да говори от 30 до 40% от времето на срещата, не повече.

Мислете за клиента

си и не му продавайте нещо, от което той няма нужда. Еднократно може да му вземете парите, но той повече няма да ви се довери. Друго важно правило е да не злословите срещу своите конкуренти. Когато стане дума за лоши практики, не се ангажирайте с конкретни имена. Това може да рефлектира негативно върху самите вас. Трябва да внимаваме какво говорим и какво обещаваме. Коректно е да поемаме само ангажименти, които може да изпълним.

Лоялността

на клиента винаги виси на косъм. И при най-малката грешка от страна на търговеца или на компанията, чиито продукти и услуги той предлага, клиентът ще потърси друг. Лоялността изисква внимание и добра грижа. В аналоговите времена недоволният клиент ще разкаже на повече от 10 души, а доволният само на трима, в зависимост от степенята на (не)удовлетвореност, а в дигиталната ера социалните мрежи умножават тези резултати в големи размери.

Продажбите са от значение за всяка компания. Те са важен „вектор“ в растежа на всеки бизнес. Може да имате прекрасен продукт, но за да стигне той до точните си клиенти, трябва умело да бъде предлаган.

or service should solve a client's problem. And before offering anything to potential clients, a trader has to be aware of how the product or service will benefit the client. It is only then that they should look for the circle of companies that would have a particular interest. They should not emphasize on the problem, but on the need for such a solution. A good trader is like a doctor – you trust them with everything. But same as a doctor, they have to keep their client's secrets. A trader has to be able to ask the right questions – they are half of the way to a deal. If you have information on what is the specific need of your client, you will be able to offer them the right solution. A conversation can also reveal many other needs, besides the original reason for your meeting. That is why it is important for a trader to learn to listen and my recommendation is to speak around 30 to 40% of the time during a meeting, not more.

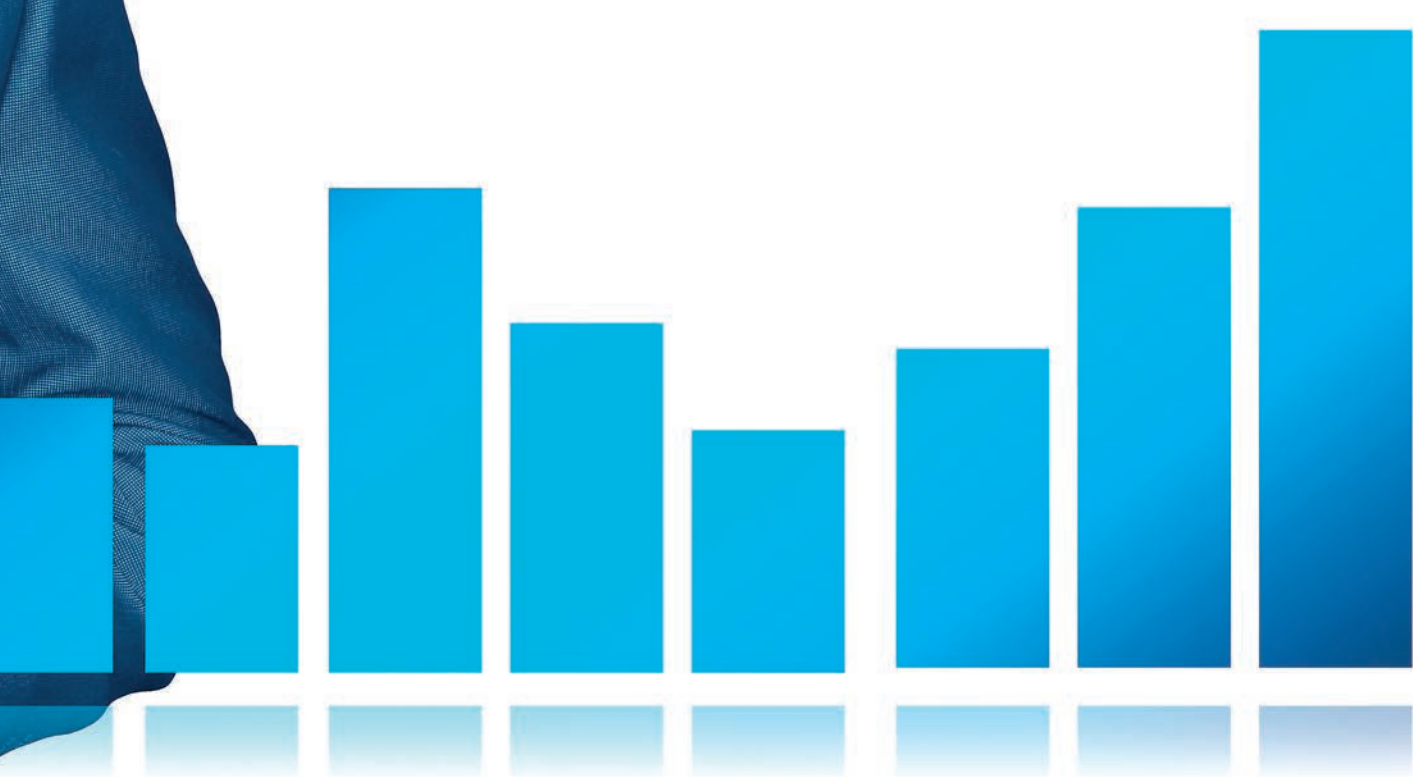
Think about your client

and don't sell them things they don't need. You will take their money one time, but they will no longer trust you. Another important rule is not to speak against your competitors. When it comes to bad practices, do not mention specific names. This can negatively affect you. We have to be careful what we say and what we promise. It is right to take on only the commitments we can fulfill.

The loyalty

of clients always hangs by a thread. Even the smallest mistake by the trader or the company whose products and services they offer, will push the client away to someone else. Loyalty requires attention and good care. In the analogue times, a dissatisfied client would tell it to more than 10 people, and a satisfied one – to only three, depending on the degree of (non)satisfaction; and in the digital age, social networks multiply these results on a large scale.

Sales are important to any company. They are an important “vector” in the growth of every business. You may have a wonderful product, but in order for it to get to the right clients, it needs to be offered in a smart way.



Усмивката провага

- не забравяйте това. Всеки добър търговец заразява с положителната си енергия и така печели симпатии. Положителното мислене е създадо самолета, а страхът – парашута. Желанието за развитие е изобретило автомобила, а предвидливостта – въздушната възглавница. В продажбите трябва да намериш верния ключ към всеки клиент. Затова създавайте приятно настроение, но не забравяйте повода за срещата. Успешният търговец владее много техники и една от тях е, когато е на преговори, при възможност прозорецът да е зад гърба му. Това концентрира вниманието на събеседника.

Езикът на тялото

добре трябва да се познава. Ако този, с когото преговаряте, започне несъзнателно да повтаря вашите действия, това издава неговото съгласие и одобрение. И означава, че ще се стигне до сделка. Успешните преговори винаги завършват с поет ангажимент от двете страни. Но невинаги преговорите приключват със сделка. Случва се да се провалят. Ако това се повтори, попитайте директно какво трябва да направите, за да се стигне до успешна продажба. Може би не сте направили нещо, което се е очаквало от вас. Точните въпроси са начин да вкарате клиента в правилните обувки.

Успешните продажби

са целта на всеки бизнес, но и неуспешните може да са полезни, ако си извадим поуки от тях. С времето добрият търговец става все по-добър, защото той владее успешните техники и при него те са автоматизъм. Но и тук няма знание веднъж завинаги. Светът се променя, предизвикателствата пред търговеца – също.

Помнете:

Бизнесът е контакти, доверие и добра комуникация. Разбира се, добрият продукт и добрата услуга са от съществено значение, за да има доверие и занаят. Добрият търговец може да продаде всичко. Но клиентът да остане доволен е важно условие за дългосрочни взаимоотношения. (1)

Smiles sell

– don't forget that. Every good trader infects with their positive energy, and thus gains liking. Positive thinking has created the plane, and fear – the parachute. The desire for development has invented the car, and the foresight – the airbag. In sales, you have to find the right key to each client. So, create a pleasant mood, but do not forget the reason for the meeting. A successful trader knows a lot of techniques and one of them is when they are negotiating, if possible, the window has to be behind them. This focuses the interlocutor's attention.

Body language

has to be a well-known subject. If the person you negotiate with begins to unconsciously repeat your actions, this means you have their consent and approval. And it means that you will get to a deal. Successful negotiations always end with a commitment on both sides. But not always the negotiations end with a deal. Sometimes they fail. If this happens a second time, ask directly what you have to do to make a successful sale. Maybe you did not do something that was expected of you. Specific questions are a way to get the client into the right shoes.

Successful sales

are the goal of every business, but unsuccessful ones can also be useful if we learn from them. Over time, a good trader becomes ever better, because they know the best techniques and these techniques become automated. But here, too, there is no ever-lasting knowledge. The world is changing, the challenges before a trader, too.

Remember:

Business means contacts, trust and good communication. Of course, a good product and a good service are essential in order to have trust in the future. A good trader can sell anything. But the important condition for long-term relationships is for the client to be satisfied. (2)



Мартин Петров е сертифициран коуч, мотивационен лектор и треньор с 10-годишен опит. Натрупал е над 3200 обучения. Работил е с повече от 30 Fortune 500 компании, сред които се открояват Apple, Microsoft, IBM, Philips, AT&T, MetLife, водил е обучения в университети, неправителствени организации, държавни и общински институции. Лидерство, работа в екип, комуникация, ораторско майсторство, продажбени умения, мотивационни речи са само някои от областите, по които е специалист.

Martin Petrov is a certified coach, motivational lecturer and trainer with 10 years of experience. He has had more than 3,200 trainings. He has worked with more than 30 of the Fortune's 500 companies, including Apple, Microsoft, IBM, Philips, AT & T, MetLife, he has led training in universities, non-governmental organizations, state and municipal institutions. Leadership, teamwork, communication, oratory skills, sales skills, motivational speeches are just some of the areas he has specialized in.

Неписаният код на комуникацията

Етикетът е огледало, в което всеки ден се оглеждат и деловите, и личните ни отношения, казва Мартин Петров

Татяна Явашева  Tatyana Yavasheva

Етикетът казва коя вилица да бъде използвана, а добрите маниери – какво да правим, когато някой до нас не си служи с правилната – гласи едно популярно обяснение що е то етикет. Светът изгражда норми и правила и ако не ги познаваме, ще се претъркваме в тях. Бизнесът също има свой делови етикет, който обаче говори на различни езици. Разбираме ли този език?

Мартин Петров (www.martinpetrov.org) става наш водач в лабиринта от неписани правила.

Семинар в София

Мартин е моторът на интензивния семинар по бизнес етикет в София. Събитието има амбициите да е компас за верните ориентири в джунглата от норми за поведение. След това събитие сертифицираният коуч ще предложи и дигитални обучения, те ще обогатят набора от инструменти, с които ще влияем на своята репутация и представяне. Струва си да инвестираме време в знание, което помага да печелим повече в прекия и преносния смисъл. Хората, които търсят, намират. И наистина семинарът е възможност да се създадат ценни контакти между хора, които се стремят да използват „правилната вилица“. Споделеният опит и контактът със съмишленици ще продължи да ги обогатява и след това.

Първото впечатление

Отивате на интервю за работа. Интервюиращият ще ви запомни с впечатлението, което в първите три секунди оставите у него. Създадете ли недобра представа за себе си, в следващите две години ще трябва госта да поработите, за да я промените. В първите

Etiquette tells us which fork is to be used, and good manners – what to do when someone next to us does not use the right one, says a popular explanation of what etiquette is. The world sets norms and rules, and if we do not know them, we will stumble into them. The business also has its own business etiquette, which, however, speaks in different languages. Do we understand that language?

Martin Petrov (www.martinpetrov.org) will be our leader in the labyrinth of unwritten rules.

A Seminar in Sofia

Martin is the main reason for the intensive seminar on business etiquette in Sofia. The event has the ambition to be a compass for the right reference points in the jungle of norms of behaviour. After this event, the certified coach will also offer digital trainings, which will enrich the set of tools that we can use to influence our reputation and presentation. It is worth investing time in knowledge that helps us earn more in both literal and figurative sense. Those who seek, shall find. And indeed, the seminar is an opportunity to create valuable contacts with people who are trying to use the “right fork.” Shared experience and the contact with people with similar thinking will continue to enrich you afterwards.

First Impression

You go to a job interview. The interviewer will remember you with the impression you leave in the first three seconds. If you create a bad impression about yourself, in the next two years, you will have to work a lot to change it. In the first five minutes of each meeting, we build a certain stereotype

The Unwritten Code of Communication

Etiquette is the mirror which both our business and personal relations look at every day, Martin Petrov says

ПРАВИЛА, КОИТО ПОМАГАТ

- 1** Глобализацията дава предимството да се прави бизнес по цял свят. Но често културните различия се превръщат в препъникамък – нека не позволяваме незнанието да ни провали.
- 2** Винаги в срещите с клиенти и партньори трябва да излъчваме увереност и хъс за работа. Да покажем сила и енергия чрез ръкостискането дори.
- 3** Във всички преговори, които водим, може да сме силната страна, независимо от обстоятелствата. Но трябва да знаем как да вземем надмощие.
- 4** В арабския свят мълчанието може да е знак за несъгласие, за желание за надмощие, за нехаресване. Как да го разчетем? Запазете мълчание и изчакайте.
- 5** Доброто познаване на етикета има стойност, която времето ще осребрява.

пет минути от всяка среща съграждаме определен стереотип за себе си. Тези пет минути са решаващи в това да спечелим някого за свой клиент или да го отблъснем. Полезно е да научим как да правим добро първо впечатление, как да задържаме интереса, доверието и уважението към себе си. Умение е да се грижим за лоялността на своите клиенти и дългосрочни партньори. Има тънкости. Нека професионалисти ни запознаят с тях.

Стил

Имате среща с инвеститор. Знаете, че той се облича официално за срещи. Как ще се облечете, за да го предразположите, какво ще е поведението ви? А ако той се придържа към грескода на технологичните предприемачи, които избягват официалното облекло, на какво ще заложите? Огледалният ефект показва как трябва да изглеждате в очите на онзи, с когото искате да градите партньорство.

Нужна е увереност как да се гръжим и какъв да е личният ни стил на обличане, как да се слеем с всяка аудитория, но и как да се открояваме в нея. Как да намерим добрия баланс в стила на обличане и обноските си – търсим ли отговора на този въпрос, в един момент това ще се превърне в инстинкт.

Индивидуален подход

Познаваме именития Стив Джобс от снимките с поло и дънки. Но това е само когато говори пред аудитория. На срещи с инвеститори той винаги е изглеждал по-лъскав от тях, на разговори с банкери винаги е отивал изискано облечен с костюм и вратовръзка. Винаги е прилагал индивидуален подход в зависимост от случая, разказва Мартин Петров. И добавя: „Банкерът ще ти даде заем само ако му вдъхнеш доверие. А първото впечатление се създава чрез облеклото и поведението. Налага се да си адаптивен и винаги да си на нивото на хората, с които комуникираш“.

Правилата на общността

На човек може да му се позволят някои грешни пороци, но лоши маниери – никога, гласи една максима, приписвана на Марк Твен. Всяка среда има свой етикет, всяка група



for ourselves. These five minutes are crucial in winning someone as our client or driving them away. It is useful to learn how to make a good first impression, how to keep the interest, trust and respect towards ourselves. Nurturing the loyalty of our clients and long-term partners is a skill. There are subtleties. Let professionals make us acquainted with them.

Style

You have a meeting with an investor. You know he is dressing up for meetings. How do you dress to predispose them, how would you behave? And if they stick to the dress code of tech entrepreneurs who avoid formal clothing, what are you going to rely on? The mirror effect shows how you should look in the eyes of the person you want to build a partnership with.

What we need is confidence about how to behave and what our personal style of dressing is, how to merge with each audience, but also how to stand out. How to find a good balance in the style of dressing and our manners – if we look for the answer to this question, at a certain point it will become an instinct.

Individual Approach

We know the famous Steve Jobs from the polo and jeans photos. But this was only when he spoke before an audience. At meetings with investors, he always looked smarter than them; at conversations with bankers, he always went exquisitely dressed in a suit and a tie. He always applied an individual approach depending on the case, Martin Petrov



създава свои правила, към които дори несъзнателно се придържаме, ако искаме да сме част от нея. За да влияеш на групата, трябва първо да се слееш с нея и после да се наложиш като лидер. Може да обичаш пиперливите шеги, но ако в съответната среда те са неприемливи, по-добре да си ги спестиш, за да не изпаднеш в нелепа ситуация.

Камъче в обувката

За да нарушаваме правилата, първо трябва добре да ги познаваме. Често към Мартин Петров се обръщат мениджъри, които не постигат резултатите, които са набелязали. Те искат да разберат къде грешат. Около 60-70% от търговците срещат точно този проблем – те не осъзнават кое от техните действия ги гържи далеч от успеха. Опитният коуч прави анализ на тяхното поведение и обноси, на начина, по който те действат, и открива слабите места. Случва се „камъче“ да обърне колата. Дребният наглед детайл може да е от съществено значение и неговото подценяване да води до негативните резултати. Дори ръкостискането може да наклони везните в една или друга посока, то говори за характера на човека. Амбициозният и мотивираният стиска здраво ръката.

Верният ключ

Етикетът за поведение е навсякъде. Доброто приятелство, но и деловите отношения се крепят на него. Успешните продажби също. Етикетът е огледало, в което всеки ден ни оглеждат. Големите неща се правят от малки неща. Бизнес етикетът е в малките неща, които ти отварят големите врати. Неговото познаване осигурява един от верните ключове към успеха. (1)

RULES THAT HELP

- 1 Globalization gives the advantage of doing business all over the world. But cultural differences often become a stumbling block – let us not allow ignorance to fail us.
- 2 We must always show confidence and motivation to work in our meetings with clients and partners. We must show strength and energy even through our handshake.
- 3 In all the negotiations we conduct, we can be the strong party, regardless of the circumstances. But we need to know how to prevail.
- 4 In the Arab world, silence may be a sign of disagreement, of desire for supremacy, of dislike. How to interpret it? Keep silent and wait.
- 5 Good knowledge of etiquette has a value that time turns into money.

says. And he adds, “A banker will only give you a loan if you win their trust. The first impression is created by clothing and behaviour. You have to be adaptable and always be at the level of the people you communicate with.”

Community Rules

It is acceptable to have some small vices, but bad manners – never, goes a saying attributed to Mark Twain. Each circle has its own etiquette; each group creates its own rules to which we adhere sometimes unconsciously if we want to be part of it. To influence a group, you must first merge with it, and then become its leader. You may love dirty jokes, but if they are unacceptable in the certain circle, you better save them for yourself, so that you do not get into a ridiculous situation.

A Leak in the Ship

In order to break the rules, we must first know them well. Often, managers who do not achieve the results they have outlined turn to Martin Petrov. They want to know what they do wrong. About 60-70% of traders encounter this problem – they do not realize which of their actions keep them away from success. An experienced coach analyses their behaviour and manners, the way they work, and identifies weaknesses. Sometimes it happens that it is a small leak that sinks a great ship. A seemingly small detail can be essential and underestimating it can lead to negative results. Even the handshake can tilt the scales in one direction or the other; it speaks a lot about the character of a person. An ambitious and motivated person holds a hand firmly.

The Right Key

Etiquette is everywhere. Good friendship, but also business relations, depend on it. Successful sales, too. Etiquette is the mirror which we are looked in every day. Big things are made of small things. Business etiquette is in the small things that open big doors. Being familiar with it provides one of the right keys to success. (1)



Шумът, който продава

The Noise that Sells

Тони Григорова  Toni Grigорова

Между производители и потребители се вмести индустрията на възприятията, която става все по-могъща

Битката за вниманието на потребителите продължава. Технологиите променяха правилата на играта и дигиталната ера ни пренесе във виртуалния свят. Интернет и новите комуникационни канали преобрази пазара и дадоха нови инструменти за влияние. Именно в тази ниша се оформи специфичен бизнес, наречен индустрия на възприятията, свързан с въздействието върху потребителя и решенията, които той взема.

Популярност

Продажби, повече продажби... Да, има повече продажби, когато пазаруването е забавно. Създаването на най-популярния продукт на годината може да направи инвеститорите особено щастливи. Но появата на абсолютен бестселър на всички времена може да преобрази цяла индустрия и да предопредели развитието на бизнеса за десетилетия напред. Как става това? Не и без съдействието на индустрията на възприятията.

Ножицата се разтваря

Интернет заличи границите между стоковите потоци, в които съществуват „ние“ и „те“. Това, което ги свързва, е глобалната мрежа. Потребителят е неразделна част от веригата, дори когато не го съзнава. Към стоката и услугата днес го насочва многото шум и реклама в явен и повече в неявен вид. Системата, която създава продукт, се стреми да го продаде. Тя достига до вниманието на потенциалния клиент чрез системата, която прави ПР и реклама, и създава впечатления и впечатления от впечатленията. Ножицата между производителя и потребителя все повече се разтваря за все повече въздействия върху този, който се очаква да купи.

Близко до потребителя

Емоциите продават и затова се разви цяла една икономика на възприятията, която има посредническа роля. Тя придобива все по-гигантски размери. Интересна би била съпоставката между развитието на който и да е сектор и на всички онези, които са допринесли за информираността за това развитие.



The industry of perceptions found its place between the producers and the users and it is becoming more and more powerful

The battle for the attention of users continues. Technology has changed the rules of the game and the digital era has brought us into the virtual world. The Internet and the new communication channels have transformed the market and have provided new tools for influence. It was in this niche that a specific business was created, called the industry of perceptions, which is related to the impact on the users and the decisions they make.

Popularity

Sales, more sales... Yes, there are more sales when shopping is fun. Creating the most popular product of the year can make investors particularly happy. But the emergence of an absolute best-seller of all times can transform the entire industry and predetermine the development of the business for decades to come. How does this happen? Not without the help of the industry of perceptions.

The Scissors Gap is Widening

The Internet has blurred the boundaries between the flow of goods in which “we” and “they” exist. What connects them is the global network. The user is an integral part of the chain, even when they are unaware of it. Today, they are directed to the goods and the services by a lot of noise and advertising, less in an obvious and more in a not so obvious way. The system that creates a product strives to sell it. It



Има публикации, които обективно отразяват развитието, изобилства от какви ли не мнения и твърдения, друго ниво е отзвукът в социалните мрежи, където реакциите са разнолики. Нито една друга медийна компания обаче не е съчетала обхвата на Фейсбук с нейната способност да достига до целева аудитория. Ако рекламодателите търсят лица с определен профил, Фейсбук им помага да стигнат до конкретните потребители. Това е предимството ѝ пред Гугъл и причината, поради която в търсенето на конкретен адресат социалната мрежа изпреварва другия гигант.

Примамка в капана

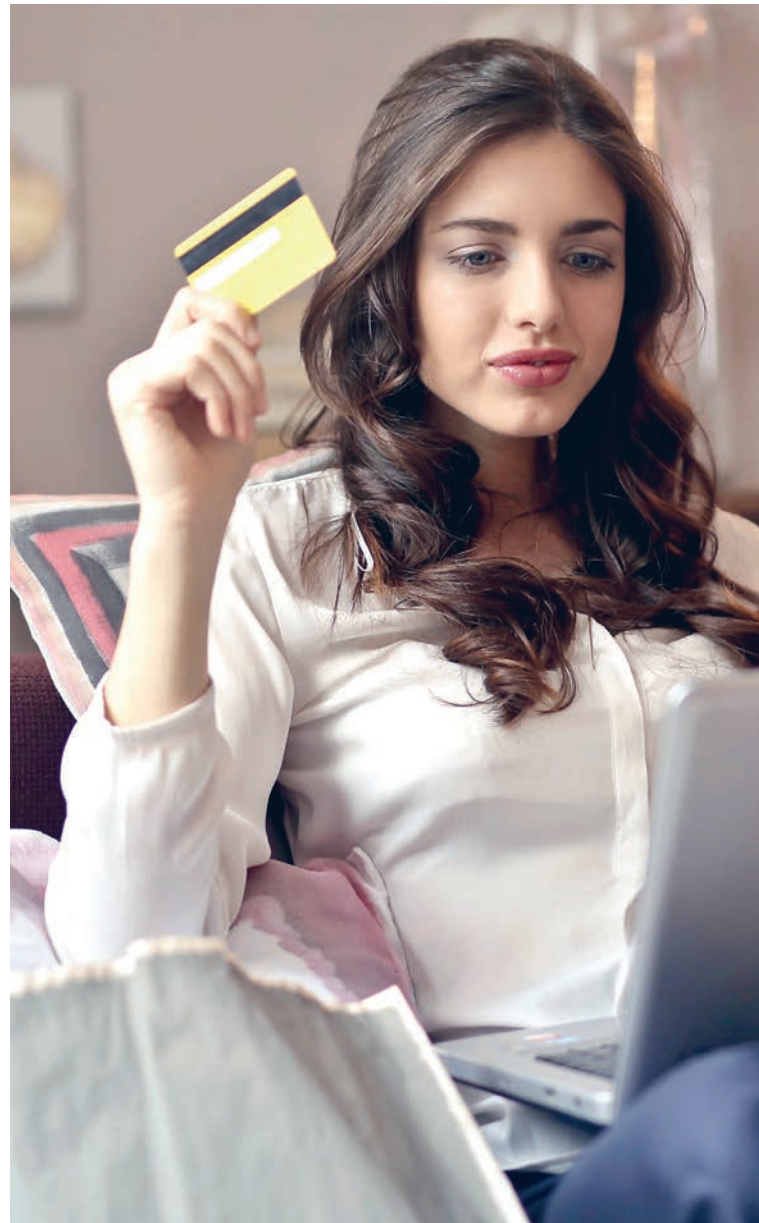
Това, което е кошмар за застъпниците на личната тайна, е нирвана за работещите в сферата на маркетинга. Споделянето дава възможност за натрупването на огромни информационни масиви и инструменти за целево въздействие. Технологиите позволяват потребителите да са поставени под наблюдение и техните реакции се изучават постоянно. Камерите в магазините, безкасовите разплащания, технологиите, които са в ръката и на бюрото ни... Това е инструмент на икономиката на възприятията, тъй като някой постоянно събира впечатления за потребителя – от какво той се интересува и нуждае, какво търси, какво избира и харесва, какво коментира, как реагира. На базата на това се правят предвиждания за неговото поведение и в зависимост от профила, който се е оформил за всеки, му се предлага оферта за едно или друго.

Биг Брадър

Фейсбук даде огромна комуникационна възможност на обикновения човек, който независимо от финансовия ресурс, с който разполага, има начин да отправя послания към света чрез социалната мрежа, и да е потребител на посланията на другите. Така става огромен шум в системата. Явлението Фейсбук всъщност не е машина за забавления, а за генериране на пари. Интернет направи възможна и електронната търговия. Глобалната мрежа отвори гигантски възможности да се правят наблюдения над поведението на всеки, който под една или друга форма присъства в мрежата. Така на потребителя тихомълком му „кроят шапка“. Хората имат потребност от общуване, но и в тази тяхна потребност се намесиха търговците. С разширяването на комуникационния обхват нараства и обхватът на икономиката на възприятията. Посланията в мрежата и извън нея ни влияят, те моделират нашето поведение и като потребители. Този феномен на съвременната комуникация помага както на индустрията, която произвежда продукти и услуги, така и на индустрията, която съдейства те да бъдат по-добре продадени. За да му продават повече и по-добре, потребителят все повече е подлаган на взе повече контрол. Светът се превръща в безкраен Биг Брадър. Много от иновациите са насочени именно към развитието на тази икономика на впечатленията. Разбира се, най-големите печалби от активността на потребителите в мрежата отиват при гигантите Фейсбук, Гугъл и Амазон.

Ум, сърце и Ерос

Гугъл отговаря на всеки въпрос. Търсачката



reaches the attention of the potential client through the system that makes PR and advertising, and creates impressions and impressions from the impressions. The scissors gap between the producer and the user is increasingly widening for more and more influence on the one who is expected to buy.

Close to the User

Emotions sell and, therefore, a whole economy of perceptions has developed, which has a mediating role. It is becoming more and more gigantic in size. The comparison between the development of any sector and all those who have contributed to the awareness of this development would be interesting. There are publications that objectively reflect development, abounding in all kinds of opinions and statements; another level is the echo in social networks where reactions are different. However, no other media company has combined Facebook's scope with its ability to reach a target audience. If advertisers are looking for people with a certain profile, Facebook helps them reach



знае съкровенията ни тайни, тя е всевиждаща, тъй като научава всичките ни мисли и намерения. Със запитванията си ние ѝ доверяваме неща, каквито бихме споделили само с най-близък до нас човек. От гледна точка на крайния финансов резултат най-успешните бизнеси имат въздействие върху три области в човешкото тяло – ума, сърцето и Ерос в нас. Умът постоянно пресмята и оферти от рода „Повече за по-малко“ са добре дошли за него. Сърцето пък е огромен пазар, в който движещата сила е любовта. Пазарът, подвластен на Ерос, е също тъй необятен – той си е свършил работата, преди на следващия ден да се запитаме „Къде ми е бил умът“.

Шумът продава. Очакванията също продават – както самите идеи, така продуктите и услугите, за които са създадени високи очаквания. В глобалната мрежа има много емоции и в името на търговската печалба се намира работещ начин за контрол и въздействие върху тях. (1)

the specific users. This is its advantage over Google and the reason why the social network is ahead of the other giant when targeting a particular addressee.

Bait in the Trap

That, which is a nightmare for privacy advocates is a nirvana for marketers. Sharing allows for the accumulation of huge datasets and tools for targeted influence. Technologies allow users to be monitored, but their reactions are constantly studied. Shop cameras, non-cash payments, technologies that are in our hand and on our desk... These are tools of the economy of perceptions because someone constantly gathers impressions about the consumer – what they are interested in and what they need, what they are looking for, what they choose and like, what they comment on, how they respond. Based on this, predictions are made of their behaviour and, depending on the profile that has been created for everyone, they are offered certain items.

Big Brother

Facebook has given an enormous communication opportunity to the average person who, despite the financial resources at their disposal, has a way of communicating messages to the world through the social network and being a user of the messages of others. This makes a huge noise in the system. The Facebook phenomenon is actually not a machine for entertainment, but rather for generating money. The Internet has also made e-commerce possible. The global network has opened up gigantic opportunities to observe the behaviour of anyone who, in one form or another, is present on the web. So, the user is quietly being assessed. People have a need to communicate, but traders have settled in this need, too. With the expansion of the communication range, the scope of the economy of perceptions is also growing. The messages on the net and outside of it affect us; they shape our behaviour as users. This phenomenon of modern communication helps both the industry that produces products and services and the industry that helps them sell better. In order to be sold more and better, the user is increasingly subjected to more control. The world is turning into an infinite Big Brother. Many innovations are aimed precisely at the development of this economy of perceptions. Of course, the biggest earning from the activity of the users in the network goes to the giants Facebook, Google, and Amazon.

Mind, Heart, and Eros

Google answers every question. The search engine knows our hidden secrets; it is all-seeing, as it learns all our thoughts and intentions. With our inquiries, we trust it with things we would only share with someone closest to us. From the point of view of the final financial result, the most successful businesses have an impact on three areas of the human body – the mind, the heart, and the Eros in us. The mind constantly calculates, and offers like “more for less” are welcomed by it. The heart is a huge market in which the driving force is love. The market dominated by Eros is equally enormous – it has done its job before you ask yourself on the following day: “What was I thinking?”

Noise is selling. Expectations also sell – both the ideas themselves and the products and services for which high expectations are created. There are a lot of emotions in the global network, and in the name of commercial profit, there is a working way to control and impact them. (2)

Акад. Кирил Боянов, Институт по информационни и комуникационни технологии при БАН:

Интернет влияе на паметта и мисленето

Започна дигиталното разделение на хората. Но дали с получаването на още външна памет с по-бърз достъп няма да се стопи разликата между човека и свръхинтелигентния робот

Digital division among people has begun. But will gaining more external memory with faster access make the difference between a human and a super intelligent robot disappear

Academician Kiril Boyanov, Institute of Information and Communication Technologies at the Bulgarian Academy of Sciences:

Internet Affects Memory and Thinking

Яна Колева  Yana Koleva

Акад. Боянов, смартфонът позволи технологиите да са в ръцете ни, но какво правят те с нас?

- В книгата си „Под повърхността. Как интернет влияе върху четенето, мисленето и паметта“ Николас Кар дава отговор какво се случва с мозъка ни. Според него с увеличаване обема на информация и чрез социалните мрежи стават изменения в нашите възприятия, а заключенията, които правим, са все по-непогредени и неструктурирани. Съзнанието привиква да работи с частична информация, с отделни факти и сведения, които не са свързани помежду си. В резултат на това човек все по-трудно се справя с голям текст и с по-мощни композиции. Умението за концентрация и запаметяване постепенно намалява. Социалните мрежи значително отслабват създадените навици. В цялата история на човечеството получаването на повече информация е позволявало на човека да увеличава своите знания.

- Как в древността се е гледало на паметта и мисловната дейност?

- По времето на Платон се е смятало, че паметта трябва да се използва за увеличаване на знанията и способността за конструктивно мислене. Според него паметта е свръхдаденост от природата, която позволява постоянно усъвършенстване на знанието и дава възможност за обработка на голямо количество информация. Практически в дописмените култури паметта е била свързана много по-малко с личността на човека,


Акад. Боянов, the smart phone allowed technology to be in our hands, but what is it doing with us?

- In his book “The Shallows: How the internet is changing the way we think, read and remember”, Nicholas Carr gives an answer to what is happening with our brain. According to him, with the increase of the volume of information and through the social networks, changes in our perceptions take place, and the conclusions that we make are more and more unordered and unstructured. Our consciousness gets used to working with partial information, with separate facts and data that are not connected with each other. As a result, it gets more difficult for a person to deal with bigger texts and larger compositions. The ability to concentrate and memorize gradually decreases. Social networks significantly weaken established habits. Throughout the history of mankind, obtaining more information has enabled people to increase their knowledge.

- How did people in Antiquity perceive memory and thinking?

- At the time of Plato, it was believed that memory should be used to increase knowledge and improve the ability for constructive thinking. According to him, memory is a super gift of nature, which allows constant improvement of knowledge and the processing of a large amount of information. Practically, in the cultures before script, memory was associated much less with the



Красимир Свраков  Krasimir Svrakov

отколкото със социалните и културните функции на индивида като член на обществото. Платон проповядва, че развитието на паметта позволява усъвършенстване и дава възможност за развитие на идеи както за натрупване на мъдрост у отделния индивид, така и за нарастване на неговата роля в обществото. В древни времена мнемониката е придобила особено значение като техника на запамятаването. Тази техника е трябвало да владее всеки грък, който претендира за кариера на поет, философ или политик. За него словото било важно условие да присъства в публичното пространство, тъй като към речта по записки неговите съвременници се отнасяли с недоверие. Писмеността като „външна памет“ придобива широко разпространение в съвременното общество. Използването ѝ в миналото обаче не се е приемало за особено предимство. При гръците една от формите на „външна памет“ е група хора, които използвали мнемониката и работели като живи справочници. Те имали за задача да запамятават юридическа, лична или религиозна информация.

- Често казваме, че интернет е на един клик разстояние и не е нужно да помним. Какво следва от това?

- Интернет много бързо разделя хората на търсещи забавления и на обогатяващи своите знания. Първата съвкупност доста бързо ще оформи класа, която наричаме „потребителска“. Другата група ще е т. нар. „образован елит“. Очакваме „цифрово“ разделение на хората, а кога ще започнат евентуалните разрушителни

character of a person than with the social and cultural functions of the individual as a member of society. Plato preached that the development of memory allows for perfection and enables the development of ideas both for the accumulation of wisdom in the individual and for the growth of their role in society. In ancient times, mnemonics had gained special importance as a technique of memorization. This technique had to be mastered by every Greek who claimed to be a poet, philosopher or politician. For them, speech was an important condition in order to be present in the public space, since their contemporaries were mistrustful to a priory-written speech. Script as an “external memory” was spread widely in the society of those days. Its use in the past, however, was not considered a particular advantage. For the Greeks, one of the forms of “external memory” was a group of people who used mnemonics and worked as live reference books. They had the task of memorizing legal, personal or religious information.

- We often say that the Internet is a click away and we do not have to remember. What are the consequences of that?

- The Internet very quickly divides people into those who look for entertainment and those who enrich their knowledge. The first group will quickly form the class we call “consumer”. The other group will be the so-called “educated elite”. We expect a “digital” division of people, and time will show when the possible destructive social



социални конфликти, е въпрос на време. Увеличаващата се „ножица“ между бедни и богати ще ускори този процес. Другият сценарий за подобряване качествата и уменията на хората чрез промяна на генетичния материал също не вешае добро. Човешките сетища не могат да се усъвършенстват безкрайно и ще настъпи момент, в който ще започне деформация с възможни непредсказуеми последици. Колкото и да се усъвършенства даден организъм, той има предел: сто метра няма как да се пробягат от човек за една секунда. Следва изводът, че за бъдещото развитие на обществото информационният поток става все по-важен, ако не и основен.

- Какво ще се случва с човека в дигиталното общество?

- Предмет на изследвания са интелектуалното и културното развитие на човека в условията на непрекъснато увеличаване обема на информацията и възможностите за нейното прилагане. Човек също така е свързан с околната среда и трябва да развива своите физически качества за оцеляване в заобикалящата го действителност. Дали обаче с получаването на още външна памет с по-бърз достъп няма да се стопи разликата между човека и свръхинтелигентния робот? Какви ще са способностите на човека да възприеме огромното количество информация и дали порасналите технологични възможности, до които човечеството ще има достъп, ще позволят на всеки да доразвие своя интелект? Дали

conflicts will arise. The widening “scissors gap” between the poor and the rich will speed up this process. The other scenario of improving people’s skills and abilities by changing genetic material also doesn’t promise anything good. Human senses cannot be perfected indefinitely, and a moment will come when deformation will begin with possible unpredictable consequences. No matter how much an organism is perfected, it has a limit: a hundred meters cannot be run by a person for a second. Here comes the conclusion that for the future development of society, the information flow is becoming more and more important, if not essential.

- What will happen to humans in the digital society?

- The subject of the research is the intellectual and cultural development of humans in the context of a constant increase in the volume of information and the possibilities for its application. The human being is also connected to the environment and must develop their physical qualities for survival in the surrounding reality. Whether, however, with the addition of more external memory with quick access, the difference between the human being and the super intelligent robot will disappear? To what extent would human abilities stretch in perceiving the vast amount of information and whether the increased technological possibilities, accessible to mankind, will allow everyone to further

един ден няма да се стигне до разрив между хората, занимаващи се с интелектуален труд, и онези, които са се отдали на физическа работа? Все въпроси от бъдещето.

- **Социалните мрежи стават твърде популярни. Но как влияят?**

- Те въвеждат хората във виртуален свят, без да са подготвени за рисковете, възникващи като следствие от това в реалния живот. В много случаи се навлиза в деликатния свят на личния живот, което понякога е причина за фамилни конфликти. Създават се предпоставки за финансови измами на доверчиви хора. В редица случаи се нанасят съзнателни вреди на нормален бизнес - например чрез целенасочено оплакване от качеството на храна в даден ресторант. Расте процентът на ползвателите на интернет, които са на мнение, че някои социални мрежи трябва да се забранят, тъй като водят до фалити на фирми, до накърняване авторитета на популярни личности чрез клевети и невярна информация, до финансови манипулации.

- **При тъй бързата динамика на промените какъв подход да се приложи за образованието?**

- Особено внимание следва да се обърне на техническите и икономическите учебни заведения, тъй като динамиката в технологиите и в бизнес процесите е значителна. Естествено компютърните технологии се въвеждат все по-широко в почти всички направления на съвременното образование – от естествените, хуманитарните и обществените науки до изкуствата. Но тяхното широко приложение има както силен положителен ефект, така и определени недостатъци. Проблемът е, че образованието е консервативна система, а дигиталният свят налага съвсем различни парадигми. (1)

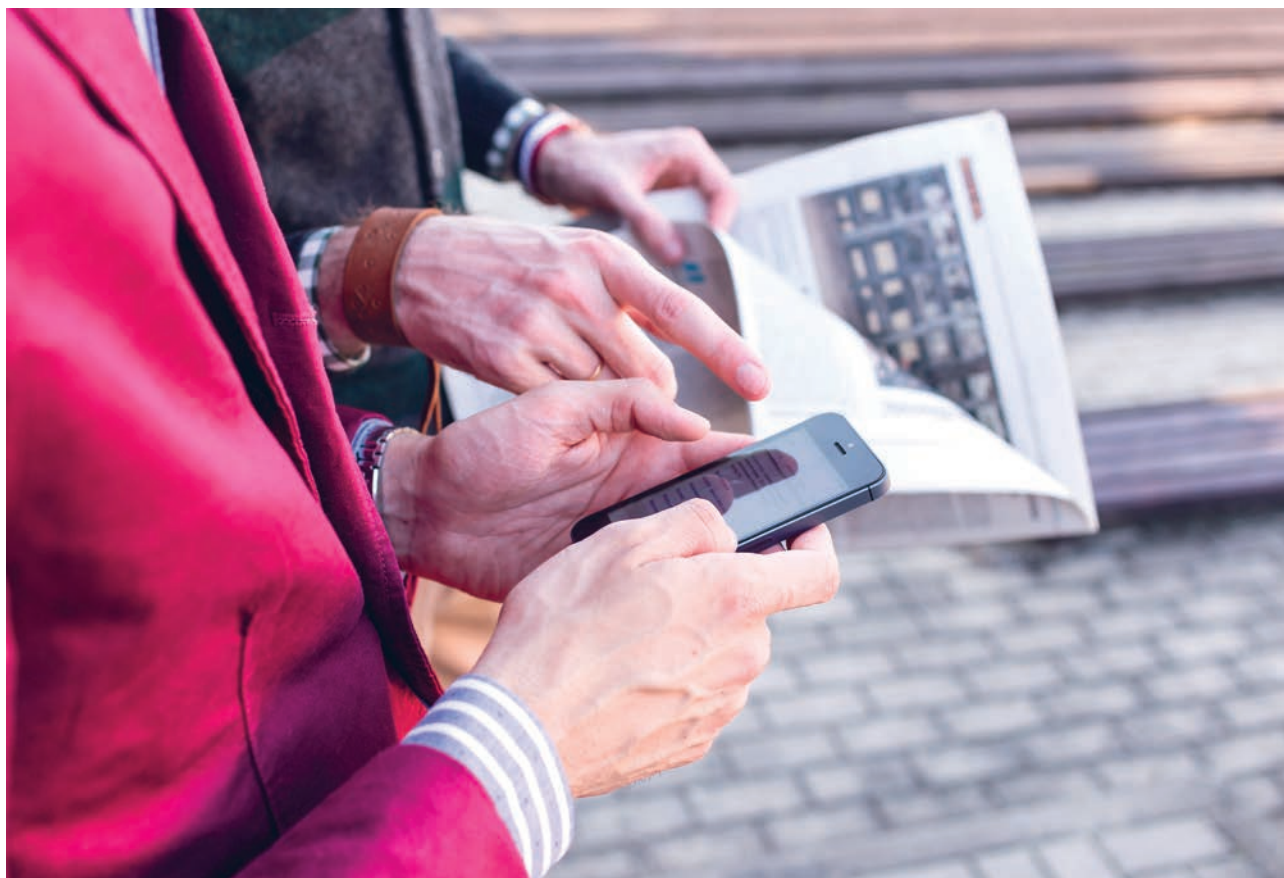
develop their intellect? Whether one day we will reach a rupture between people working with their intellect and those who have devoted themselves to physical work? These are all questions from the future.

- Social networks are becoming too popular. But what is their influence?

- They bring people into a virtual world without them being prepared for the risks that arise as a consequence in real life. In many cases, the sensitive private world is invaded, which is sometimes the cause of family conflicts. There are prerequisites for financial frauds against naive people. In a number of cases, intentional harm is done to a proper business, for example through a deliberate complaint about the quality of food in a restaurant. The percentage of Internet users who believe that some social networks should be banned is growing, since they lead to company bankruptcies, damages to the reputation of popular figures through slander and false information, and financial manipulations.

- With such a rapid dynamics of change, what approach should be applied to education?

- Special attention should be paid to technical and economic education institutions since the dynamics in technology and business processes is significant. Of course, computer technology is becoming more and more widespread in almost all areas of modern education – from natural, humanitarian and social sciences to arts. But their widespread use has both a strong positive effect and certain shortcomings. The problem is that education is a conservative system, and the digital world imposes very different paradigms. (2)



Знание в ерата на Индустрия 4.0

Knowledge in the Age of Industry 4.0



Лабораторният комплекс работи в подкрепа на бизнеса

The Lab complex operates to support the business

Татяна Явашева  Tatyana Yavasheva

Когато бизнесът и науката си подадат ръка, се създава икономика с висока добавена стойност. Точно с тази цел бе създаден първият научно-технологичен парк в България - София Тех Парк. Лабораторният му комплекс включва 11 лаборатории, които разполагат с най-модерна техника и специалисти на световно ниво. Представяме ви четири от неговите лаборатории.

Лабораторията за 3D креативност и бързо прототипиране на нови продукти

е в помощ на индустриалните компании, които се стремят да са лидер на пазара. Диапазонът на възможностите е широк - от индустрията до медицината и забавленията. „В процеса по създаването на новости има критичен момент по средата на пътя от проверената идея до индустриалната реализация на продукта, известен като Долина

When business and science unite forces, a high value-added economy is created. It was precisely for this purpose that the first science and technology park in Bulgaria – Sofia Tech Park was established. Its laboratory complex includes 11 laboratories with state-of-the-art equipment and world-class specialists. We present to you four of its laboratories.

The 3D Lab for Creativity and Rapid Prototyping of New Products helps industrial companies that are trying to establish a leadership position on the market. The range of opportunities is wide – from industry to medicine and entertainment. "In the process of innovation, there is a critical moment in the middle of the road from the verified idea to the industrial realization of the product, known as the Valley of Death. The main objective of the lab is to help businesses jump over this "gap" more easily. Making the

Лабораторният комплекс на София Тех Парк е място за среща на науката и бизнеса

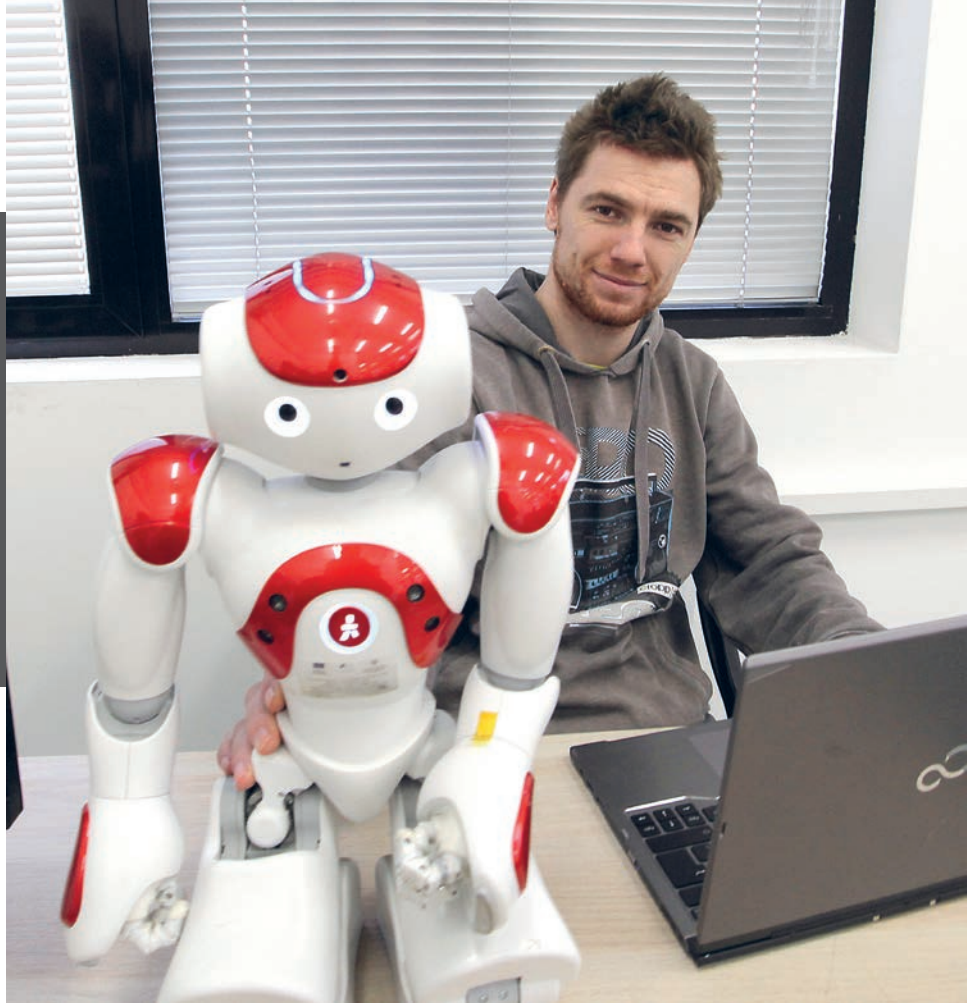
The Sofia Tech Park Laboratory is a meeting place for science and business

на смъртта. Основна цел на лабораторията е да помага на бизнеса по-лесно да прескочи тази „пропаст“. Изработването на пилотни продукти е от огромна трудност за компаниите“, казва ръководителят на лабораторията проф. Георги Тодоров, декан на Машинно-технологичния факултет на ТУ в София. Лабораторията съдейства да се създават прототипи и после да се направят малки количества от продукта, с които да се тества пазарът. Метал, пластмасата и керамика – с това работят 3D принтерите тук. Те може както да добавят, така и да отнемат материал. С тях може да се правят и форми за леење, да се изработват специфични компоненти за енергетиката с цел подмяна на дефектирани части. Има възможности и за измерване – например на модули за автомобилната индустрия. Тук са правени импланти за медицината и така е спасяван човешки живот.

Като говорим за бъдещето и умните градове, едва ли си даваме сметка, че тогава ще е необходима огромна изчислителна мощ. Потребител на високопроизводителните изчисления са много сфери, сред които е транспортът. Ръководство въздушно движение е първият клиент на

Лабораторията по високопроизводителни изчисления

Тя би могла да прави прогнози за времето за летищата в целия регион. Местата за зареждане на електромобилите може да се следят през компютъра за високоскоростни изчисления на лабораторията. Целият транспорт също може да се управлява през такива системи, обяснява проф. Ана Проюкова, ръководител на звеното и преподавател в СУ „Св. Климент Охридски“, катедра „Атомна физика“ към Физическия факултет. Тя допълва, че България е водеща в изчислителната техника на Балканите. Компаниите гържат никога да няма достъп до тяхната информация и данните им в машината са надеждно защитени, така че никога да не може да проникне в тях, и са взети мерки за това, уверява проф.



pilot products is a huge difficulty for the companies”, says the head of the laboratory Prof. Georgi Todorov, Dean of the Faculty of Mechanical and Manufacturing Technology of the Technical University in Sofia. The lab assists in creating prototypes and then making small quantities of the product to test the market. Metal, plastic and ceramics – that is what the 3D printers work with here. They can either add or take out material. They can also make casting moulds, produce specific components for the energy industry to replace



Лабораторията за 3D креативност улеснява иновативния бизнес да прескочи пропастта между добрата идея и пазара, казва проф. Георги Тодоров

The 3D Lab for Creativity aids the innovative business to jump over the gap between the good idea and the market, says Prof. Georgi Todorov

Пройкова. Екипът на лабораторията се състои от изключителни специалисти. Болници, които ще предлагат персонализирана медицина и операции от дистанция, биха могли да са клиент на лабораторията. Финансови и консултантски къщи също имат нужда от бързи пресмятания. Наличната изчислителна мощ може да е полезна в управлението на каталози, които позволяват персонализирани поръчки.

МикроНаноЛаб

има за цел да създава, поддържа и развива среда за приложения и иновативни научни изследвания. Тя предлага изпитване, анализирани, проектиране и прототипиране в областта на печатните платки, микро- и наноелектрониката, биоелектронните приложения и нанотехнологиите. Лабораторията помага за развитие на високотехнологични и достъпни методи и средства за проектиране, моделиране и тестване. Тук ще намерите хора със знания, опит и експертиза, които съдействат за откриване и анализ на причините за откази и дефекти в електронни устройства, както и за оптимизиране и разработване на нови продукти, устройства и системи. „Имаме амбицията да се превърнем в европейски център за проектиране на интегрални схеми с партньори от Европа и света“, обобщава доц. Георги Ангелов, ръководител на МИНОЛаб както и на катедра „Микроелектроника“ в ТУ-София. Лабораторията осигурява достъп до фабрики в Европа, които да реализират проектите.

Важно звено е модерната

Лаборатория по виртуална и разширена реалност

С помощта на разширена реалност може да обучите кадрите си, за да ги предпазите от трудови злополуки. Тази технология предлага улеснения в работния процес – например при управлението на вашите складови наличности. С виртуална и добавена реалност може да направите маркетинговите събития ефектни и запомнящи се. Галериите ще привлекат силен интерес чрез изложби с разширена реалност, ако дадат добавена стойност на някоя от експозициите си. Чрез добавена реалност музеите оживяват и стават привлекателни за повече хора, посочва Димо Чотрев, IT специалистът на лабораторията. В музея на оп-

defective parts. They also have measurement capabilities – for example of modules for the automotive industry. Medical implants have been made here, and, thus, a human life has been saved.

Speaking of the future and smart cities, we hardly realize that huge computational power will be required then. Many areas are users of high-performance computing, including transportation. Air Traffic Control is the first customer of

The Laboratory for High-Performance Computing

It could make weather forecasts for airports across the entire region. The electric vehicle charging stations can be monitored through the laboratory's computer for high-speed computing. All transportation can also be managed through such systems, explains Prof. Anna Proykova, head of the unit and lecturer at Sofia University "St. Kliment Ohridski", Department of Atomic Physics at the Faculty of Physics. She adds that Bulgaria is a leader in computing equipment on the Balkans. Companies insist on keeping everyone from having access to their information and their data in the machine is reliably protected, so that no one can break through it, and measures have been taken in that direction, Prof. Proykova assures. The laboratory team consists of outstanding specialists. Hospitals, which will offer personalized medicine and remote surgeries, could be a customer of the laboratory. Financial and consulting houses also need quick calculations. The computing power available can be useful in managing catalogues that allow personalized orders.

The MicroNanoLab

aims to create, maintain and develop an environment for applied and innovative scientific research. It offers testing, analysis and prototyping in the field of printed circuit boards, micro and nanoelectronics, bioelectronic applications and nanotechnology. The lab helps develop high-tech and affordable methods and tools for designing,

крито „Етѐра“ лабораторията е реализирала проект, като разширената реалност позволява на туристите да видят през смартфона си как някога тук са правили тахан. Лабораторията е изпълнила и проект с виртуална реалност за представяне на различни видове занаяти, като всеки от тях има своя „стая“. Технологията дава възможност да „докосвате“ предметите. Може например виртуално да струговате, да се движите от стая в стая чрез виртуално меню. С виртуалната и разширена реалност може да си служите при внедряване на иновативни решения и да ги мествате в много ранен етап от тяхното развитие.

Лабораториите в София Тех Парк са

технологичният кръстопът

между бизнеса и научноизследователските звена. Днес технологиите много бързо се променят, на всеки 3-4 месеца идва новост, но специалистите тук са в крак с тренда, твърди проф. Марин Христов, председател на УС на Сдружението за научноизследователска и развойна дейност.

„Нашите лаборатории предоставят на бизнеса възможности да създадат или да развият своите продукти и услуги. Вратите са отворени също за студенти и докторанти, за обучения и разработване на научни проекти и изследвания. Развойните ни екипи са приоритетно ориентирани към бизнеса. Уникалната инфраструктура и блестящите български изследователи са предимствата, които паркът носи на нашата иновационна среда“, казва изпълнителният директор на София Тех Парк Тодор Младенов.

Елате, вижте и опитайте! 📱



Технологиите много бързо се променят, но специалистите тук са в крак с тренда, твърди проф. Марин Христов

Technology is changing very fast, but the specialists here are up-to-date with the latest trends, Prof. Marin Hristov says

modelling and testing. Here you will find people with knowledge, experience and expertise to help you identify and analyse the causes of failures and defects in electronic devices, as well as optimize and develop new products, devices and systems. "We have the ambition to become a European centre for designing integrated circuits with partners from Europe and the rest of the world", concludes Prof. Georgi Angelov, head of MINOlab, as well as of the Department of Microelectronics at the Technical University of Sofia. The lab provides access to factories in Europe which could fulfil the projects.

An important unit is the modern

Laboratory of Virtual and Augmented Reality

With the help of augmented reality, you can train your workers to protect them from work-related accidents. This technology offers facilitation of the work processes – for example, managing your inventory. Using virtual and augmented reality, you can make marketing events spectacular and memorable. Galleries will attract strong interest through augmented reality exhibitions if they add value to some of their displays. Through augmented reality, museums come alive and become attractive to more people, says Dimo Chotrev, the IT specialist of the laboratory. In the Etera open-air museum, the laboratory has implemented a project, in which augmented reality allows tourists to see through their smartphones how people once did taha there. The lab has also implemented a virtual reality project to represent different types of crafts, each of them having its own "room". The technology allows you to "touch" the objects. For example, you can virtually throw, move from room to room through a virtual menu. You can apply virtual and augmented reality when implementing innovative solutions and test them at a very early stage of their development.

The laboratories at Sofia Tech Park are

the technological crossroads

between business and scientific research units. Nowadays, technology changes very quickly, every 3-4 months something new comes out, but the specialists working here are up-to-date with the latest trends, claims Prof. Marin Hristov, Chairman of the Management Board of the Research and Development Association.

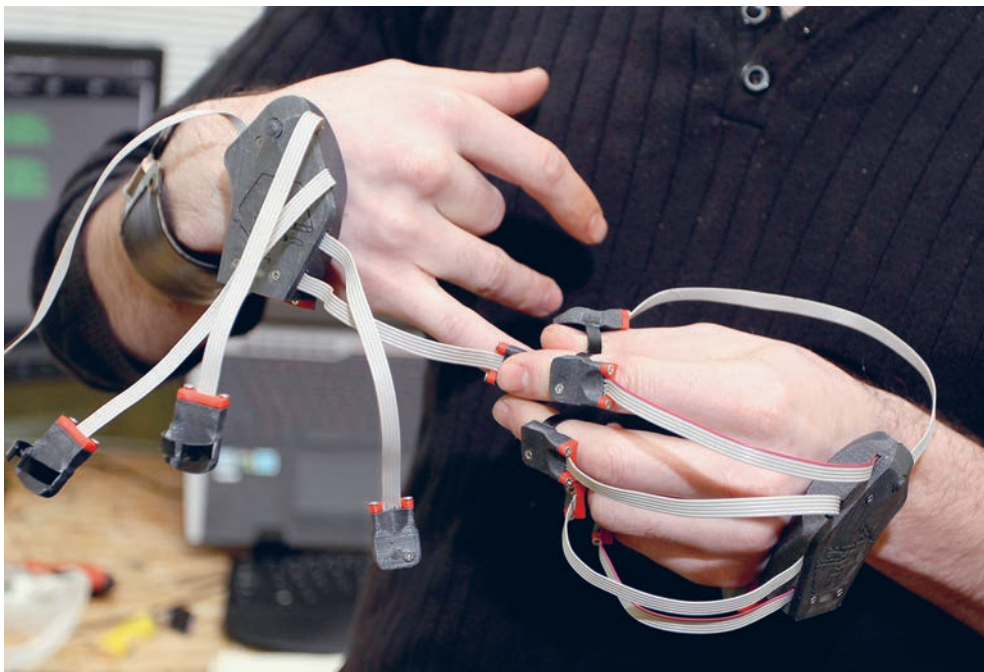
"Our laboratories provide businesses with opportunities to create or develop their products and services. Our doors are open also to university and PhD students, for training and development of scientific projects and research. Our development teams are primarily business oriented. The incredible infrastructure and the brilliant Bulgarian researchers are the advantages that the park brings to our environment of innovations",

says Todor Mladenov, Executive Director at Sofia Tech.

Come, see and try! 📱

Говорещата ръка The Talking Hand

Екипът на BrainHUB Lab се е заел да разработи система, която превръща жестовия език в акустична реч



The BrainHUB Lab team has taken upon the task to develop a system that transforms sign language into acoustic speech

Татяна Явашева  Tatyana Yavasheva

Може ли жестовият език да се превърща в акустична реч? Екипът на BrainHUB Lab се е заел да намери положителен отговор на този въпрос чрез иновативна разработка. Тя ще улесни комуникацията с хората, които ползват този език без гуми. Амбициите обаче не стигат само дотук. В дигиталната ера устройствата, с които си служим, продължават да „губят“ копчета. Въпрос на време е от плъзгането на пръсти по екрана да преминем към управление чрез жестове, тъй като най-добрият контролер са ръцете. Условие за това е разработването на технология, която безпогрешно да ги разчита, интерпретира и дигитализира.

Началото

Идеята идва случайно - като студенти във ФМИ създателите на BrainHUB Lab виждат хора, които си говорят чрез жестове, и решават да опитат да „преведат“ този език в акустична реч. Минават три години, през които екипът прави осем прототипа. Разработката гони две цели. Социалната цел е чрез технология езикът на глухите в реално време да се превежда в акустична реч, а живата реч визуално да се трансформира в жестове. Другата цел е да направят унифицирана платформа за разпознаване на жестове. Когато базата данни и платформата са налични, чрез съответни разработки тя може да намери комерсиално приложение.

Софийският екип не е първият в света, заел се с подобна идея. Засега чисто технологично има два подхода. Единият е с камери и компютърно зрение, което ограничава мобилността, а другият – със сензори и носими технологии. BrainHUB Lab прави разработка от втория вид, като има други седем опита извън страната, но нито един не е стигнал до пазара.

Фактор за успеха

„Жестовият език във всяка държава има специфики, а

Can sign language become acoustic speech? The BrainHUB Lab team has taken upon the task to give a positive answer to this question through an innovative development. It will make communication with people who use this wordless language much easier. However, ambitions go even further. In the digital age, the devices we use continue to “lose” buttons. It's a matter of time to go from sliding our fingers on the screen to gesture control, since the best means for control are our hands. A prerequisite for this is the development of a reliable technology, which can read, interpreted and make them digital.

The Beginning

The idea came by accident – as students at the Faculty of Mathematics and Informatics, the creators of BrainHUB Lab saw people talking through signs and decided to try to “translate” this language into acoustic speech. Three years passed during which the team made eight prototypes. The development has two goals. The social goal is to translate the language of the deaf into acoustic speech in real-time through technology, and live speech to be visually transformed into gestures. The other goal is to make a unified gesture recognition platform. When the database and the platform are available, it will be possible to find a commercial application through the relevant developments.

The Sofia team is not the first in the world to engage in such an idea. So far, there are two approaches with regard to technology. One is with cameras and computer vision, which limits mobility, and the other – with sensors and portable technologies. BrainHUB Lab is creating a development of the second type, and there have been seven other tries outside of Bulgaria, but none has reached the market.

Success Factor

“The sign language has its specifics in each country, and

и всеки, който го използва, добавя свои жестове. Количеството на жестовете е огромно, но още по-голяма е тяхната комбинация. За да бъдат разчетени, се ползва изкуствен интелект, който се обучава на жестов език. Изпълним ли идеалистичната цел, която е максимално сложна, комерсиалната ще е лесно изпълнима“, обяснява Олег Каменщик, основател на BrainHUB Lab. Решаващият фактор за успеха на тази технология не са нито парите, нито само умът, а комбинацията от двете. Вече има чуждестранен екип, събрал финансиране чрез краудфъндинг, но разработката не постига обещаната цел и после връщат парите. Затова BrainHUB Lab внимателно насочва усилията си.

Къде и кой

Освен за хората, които използват жестов език, разработката е подходяща за контрол на дигиталната техника. Ще може да се правят презентации, без да се използват дистанционни устройства, като всичко ще става чрез ръцете. Гейминг индустрията е другата добра ниша. Все повече игри се пренасят във виртуалната реалност и вместо с джойстик, управлението може да става с двете ръце. Възможно приложение има и в сферата на рехабилитацията – от дистанция терапевтът ще дава указания и ще следи как пациентът се справя.

Екипът е от шестима души. Олег Каменщик е върховен вител на идеята, Георги Пеев е технологичният гениум, Влад Тимофеев има роля на безпристрастния и критичен разум, Даниел Тасков е най-тайнственият участник, тъй като никога не го е виждал, а Димитър Пеев е най-новото попълнение в групата. Димитър Банков е човекът с най-голям житейски и професионален опит, наречен от останалите „бдител на бизнес стратегията“. Всички те са ангажирани с разработката просто защото им е интересно. За тях е изкушение да решат тази твърде сложна задача.

Погхог

Програмиране, хардуер, кинематика, комуникация между възрастните системи, математика и изкуствен интелект са областите на знанието, необходими им за решението на тази сложна задача. Разработват носима технология, която трябва да е универсална и да става за максимален брой ръце, без да губи ергономичните си свойства. В стремежа да стигнат до правилната форма, проектират 3D модели, базирани върху антропометрични и топологични проучвания на човешката глан, като са направили много прототипи. Без 3D принтер и съвременни технологии за хардуерно прототипиране това би било изключително сложно. Той дава възможност да се правят проби и подобрения, докато изработят оптималното изделие. Програмистите от BrainHUB Lab казват, че според тях няма ненаучаемо умение или знание, а всичко е въпрос на търпение и време. Интернет дава достъп до огромни онлайн ресурси от знания и те се възползват от това. Преди този проект Олег не е работил с паяник, а вече проектира платките за хардуера: „Ние не революционизираме, ние еволюционизираме. Около 90% от програмирането и разработването на подобен проект е скучно занемание, но има едни 10%, когато след безсъпни нощи и неуспешни опити видим как ръката се съзва върху монитора - това е доказателството, че идеята ни може да се реализира, и е наградата за нашия труд. Движи ни предизвикателството да решим нещо сложно“.



Красимир Овраков | Instagram: krasimir.ovrakov

everyone who uses it adds their own signs. The number of signs is huge, but their combination is even greater. In order to be read, artificial intelligence, which is trained in sign language, is used. If we fulfil the idealistic goal, which is as complex as possible, the commercial will be easy to implement,” explains Oleg Kamenscic, founder of BrainHUB Lab. The decisive factor for the success of this technology is neither money, nor just brains, but the combination of both. There is already a foreign team, which has raised funding through crowd funding, but the development did not reach the promised goal and the money was returned. That’s why BrainHUB Lab is carefully focusing its efforts.

Where and Who

Except for the people who use the sign language, the development is suitable for control of digital technology. It will be possible for presentations to be made without the use of remote devices, all happening by using just our hands. The gaming industry is the other favourable niche. More

Олег Каменщик е вдъхновител на идеята жестовите да „проговорят“, а Димитър Пеев е най-новото попълнение в BrainHUB Lab

Oleg Kamenscic is an inspirer of the idea of making signs “talk”, and Dimitar Peev is the newest addition to the BrainHUB Lab team



Възможности

Засега правят разработката с минимални лични разходи. Тя ще е с отворен код, което ще позволи проектът да се разшири чрез приканване на външни разработчици. За тези технологични ентузиаста не е важно да са първи, а да са най-добрите. В екипа са все хора, готови да се заемат с реализацията на какви ли не сложни за изпълнение идеи. Така наскоро получили поръчка да направят екстравагантна визитна картичка. Месец по-късно предават готовото изделие – бяла картонена визитка, без надпис върху нея. Но вътре има интегриран (NFC) чип, в който е записана цялата информация с контактите. Визитката се допира до смартфона и той автоматично запаметява данните.

Парите са просто гориво, а ние не се стремим да имаме добре платена рутинна работа, казват младите иноватори. Според тях България е добро място за експерименти - тук е по-евтино както да се провалиш, така и да успееш. 🚀

and more games are transferred to the virtual reality and instead of a joy stick, the control can be performed by both hands. Possible application can also be found in the field of rehabilitation – from a distance, the therapist will give instructions and will monitor how the patient is doing.

The team includes six people. Oleg Kamenscic is the inspirer of the idea, Georgi Peev is the technological demiurge, Vlad Timofeev plays the role of impartial and critical mind, Daniel Taskov is the most mysterious participant since nobody has seen him, and Dimitar Peev is the newest addition to the group. Dimitar Bankov is the man with the greatest life and professional experience and is called by the others a “business strategy watchdog”. They are all engaged in the development, simply because they find it interesting. It is a temptation for them to solve such a complex task.

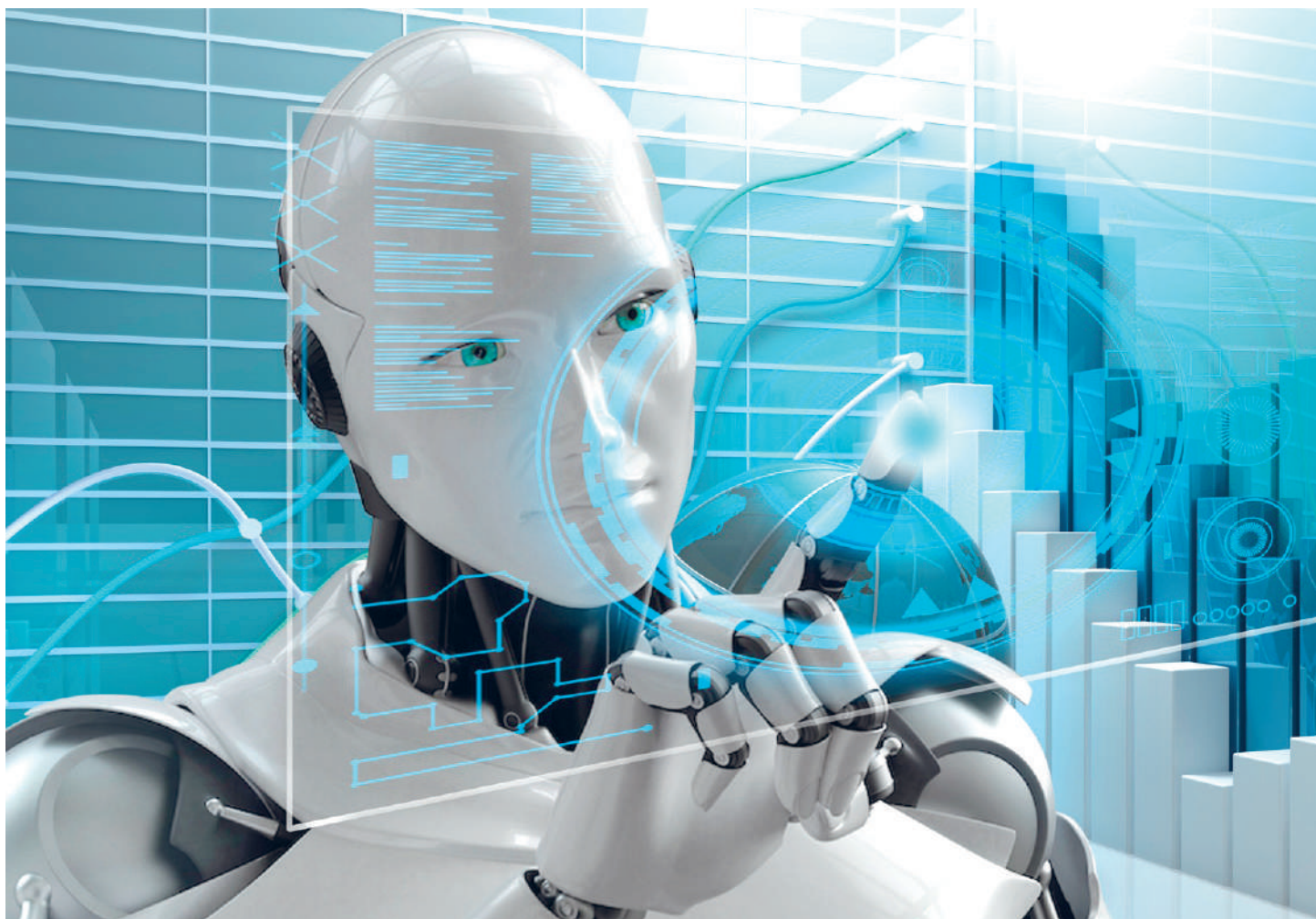
Approach

Programming, hardware, kinematics, communication between embedded systems, mathematics, and artificial intelligence are the areas of knowledge required to solve this complex task. They are developing a portable technology that has to be universal and fit the maximum number of hands without losing its ergonomic properties. In their effort to get to the right form, they design 3D models based on anthropometric and topological human palm studies by making many prototypes. Without a 3D printer and modern hardware prototyping technology, this would have been extremely complicated. The printer allows you to make samples and enhancements while designing the optimal product. BrainHUB Lab programmers say they do not think that there is any skill or knowledge that cannot be acquired, and it's all about patience and time. The Internet gives access to vast online knowledge resources and they benefit from it. Prior to this project, Oleg hasn't worked with a soldering tool, and now he already designs hardware boards: “We are not revolutionizing, we are evolutionizing. About 90% of the programming and development of such a project is boring, but there are 10% when, after sleepless nights and unsuccessful attempts, we can see how the hand is folding on the monitor – this is the proof that our idea can be realized and this is the reward for our work. We are driven by the challenge to solve something complicated.”

Opportunities

So far, they make the development with minimal personal costs. It will be an open source, which will allow the project to be expanded by inviting external developers. For these technological enthusiasts, it is not important to be the first but to be the best. The team includes only people who are always ready to engage in the implementation of any complicated ideas. So, recently, they got an order to make an extravagant business card. A month later, they handed over the finished product – a white cardboard card without any inscription. But inside, there was an integrated (NFC) chip in which all the contact information was stored. The business card had to touch the smart phone and it automatically saved the data.

Money is just a fuel, and we do not want to have a well-paid routine job, the young innovators say. According to them, Bulgaria is a good place for experiments – it is cheaper here both to fail and to succeed. 🚀



В деня, когато машините са по-умни от нас

On the Day When Machines Will Be Smarter than Us

Яна Колева  Yana Koleva

Искусствен интелект и роботи – никои не може с точност да каже какви пари всяка година отиват за такива разработки. Малки и големи екипи по света, научни звена и цели институти, военни лаборатории и строго секретни комплекси се надпреварват да създадат машини, по-умни от своите създатели, и свръхразум с неизмерима изчислителна мощ. В последните години машините надминават хората в изпълнението на определени интелектуални задачи. Към какво бъдеще сме се устремили?

Artificial intelligence and robots – no one can say exactly how much money goes to such developments every year. Small and large teams around the world, science units and entire institutes, military laboratories, and top-secret complexes are competing to create machines smarter than their creators, as well as a superintelligence with immeasurable computational power. In recent years, machines have surpassed people in performing certain intellectual tasks.



В България няма осигурено целево финансиране за R&D в сферата на изкуствения интелект и роботите. Има много страхове, но по-опасно е да се окажем неподготвени за новото време

In Bulgaria, there is no targeted funding for R&D in the area of artificial intelligence and robots. Many fears exist, but it is more dangerous to remain unprepared for the new times

Грижа

Японският хотел Хенн-на (Странен хотел) в префектурата Нагасаки е „уволнил“ част от роботите си, тъй като не изпълнявали своите задължения ефективно, събщи наскоро Independent. Хотелът се самоописва като първия в света, който предлага цялостно обслужване от роботи. Сред „освободените от длъжност“ устройства е куклата Чури. Тя присъствала във всяка хотелска стая и трябвало да отговаря на въпроси на гостите и да им съдейства, но тя се затруднявала от елементарни запитвания. Роботите на ре-

цепцията не могли да се справят добре със задачата да сканират паспорти. В Япония, освен в хотелите, роботи се използват в старчески домове и болници, където „грижороботът“ намира все по-широко приложение. На роботи бе възложено да помагат при извеждането от експлоатация на трите реактора в АЕЦ „Фукушима“. В Япония се харчат огромни средства за научноизследователска и развойна дейност. Ако едни машини днес са несъвършени, излизат от употреба, и утре други идват на тяхно място. На този етап те не са заплаха, но се поражда въпроси. В бързината на обработката на информацията те имат безспорно превъзходство над човека, но кой може да гарантира, че създателите на изкуствен интелект работят така, че да не направят „мечешка услуга“ на човечеството.

Цената на удобството

Хората все повече се опасяват, че роботите не само ще ги заменят, но и ще вземат контрола в свои ръце. Изкуственият интелект неусетно превзема нови и нови територии. Много често той остава невидим, но ползваме неговия „труд“. Той превежда на какви ли не езици все по-добре и по-добре. Учи бързо, човекът няма такъв капацитет. Виртуални лични асистенти, видео-игри, автономни автомобили, системи за киберсигурност, интелигентни домашни устройства, изкуствен интелект работи с големите бази данни, пред които човешкият мозък немее... Изкуственият интелект се самообучава и става все по-

What is the future we are heading towards?

Care

The Japanese hotel Henn-na (Strange Hotel) in the Nagasaki Prefecture has “fired” some of its robots because they did not perform their duties effectively, Independent reported recently. The hotel describes itself as the first in the world to offer full service by robots. Among the “dismissed from office” devices is the Churi doll. She was present in every hotel room and had to answer the questions of the guests and assist them, but she was struggling with simple inquiries. The reception robots could not do well with the task of scanning passports. In Japan, apart from hotels, robots are used in nursing homes and hospitals, where the “care-robot” finds a wider application. Robots were assigned to assist in the decommissioning of the three reactors at the Fukushima NPP. Japan spends huge resources on research and development. If some machines are imperfect one day, they are out of use, and the next day, others replace them. At this stage, they are not a threat, but questions arise. With regard to speed of processing information, they have undisputed superiority over man, but who can guarantee that artificial intelligence creators work in a way that they do not do a disservice to mankind.

The Cost of Convenience

People are worried more and more that robots will not only replace them, but will take over the control. Artificial intelligence unnoticeably conquers many new territories. Very often it remains invisible, but we use its “work”. It is becoming better and better in translating to any language. It learns fast, while man doesn’t have the capacity. Virtual personal assistants, video games, autonomous cars, cyber-security systems, intelligent home devices, artificial intelligence works with large databases that the human brain cannot process... Artificial intelligence is self-learning and getting better. Is this the 21st century Frankenstein monster?

A Man, not a Robot

It turned out that it was very difficult for robots to make beds without leaving folds. In this, people remain superior for now. In the 1970s, automated car washes were introduced, making a large portion of the staff

гобър. Дали това не е чудовището на Франкенщайн от XXI век?

Човек, а не робот

Оказва се, че на роботите им е много трудно да оправят легла, без да остават гънки. В това хората засега остават ненадминати. През 70-те години на миналия век започват да навлизат автоматизираните автомобили, които правят голяма част от персонала ненужен. Но преди десетина години те започнаха да изчезват, заменени отново от хора - те извършват тази работа по-бързо и по-евтино. Автоматизираните автомобили се разваляли бързо и имали нужда от постоянна висококвалифицирана грижа, която струва скъпо.

Най-лесни за превземане са работните места на средната класа, но не и на нископлатения, недотам правилно наричан нискоквалифициран труд. Нужни са умения, каквито засега машините твърде трудно придобиват. Компютрите не могат лесно да навлязат в креативните професии. Най-малко заплашени обаче от навлизането на машините са водопроводчиците, където се искат техническа сръчност и комплексна преценка. Това, което ще спаси хората при настъплението на умните машини, е гъвкавостта на реакцията. Засега...

Без паника

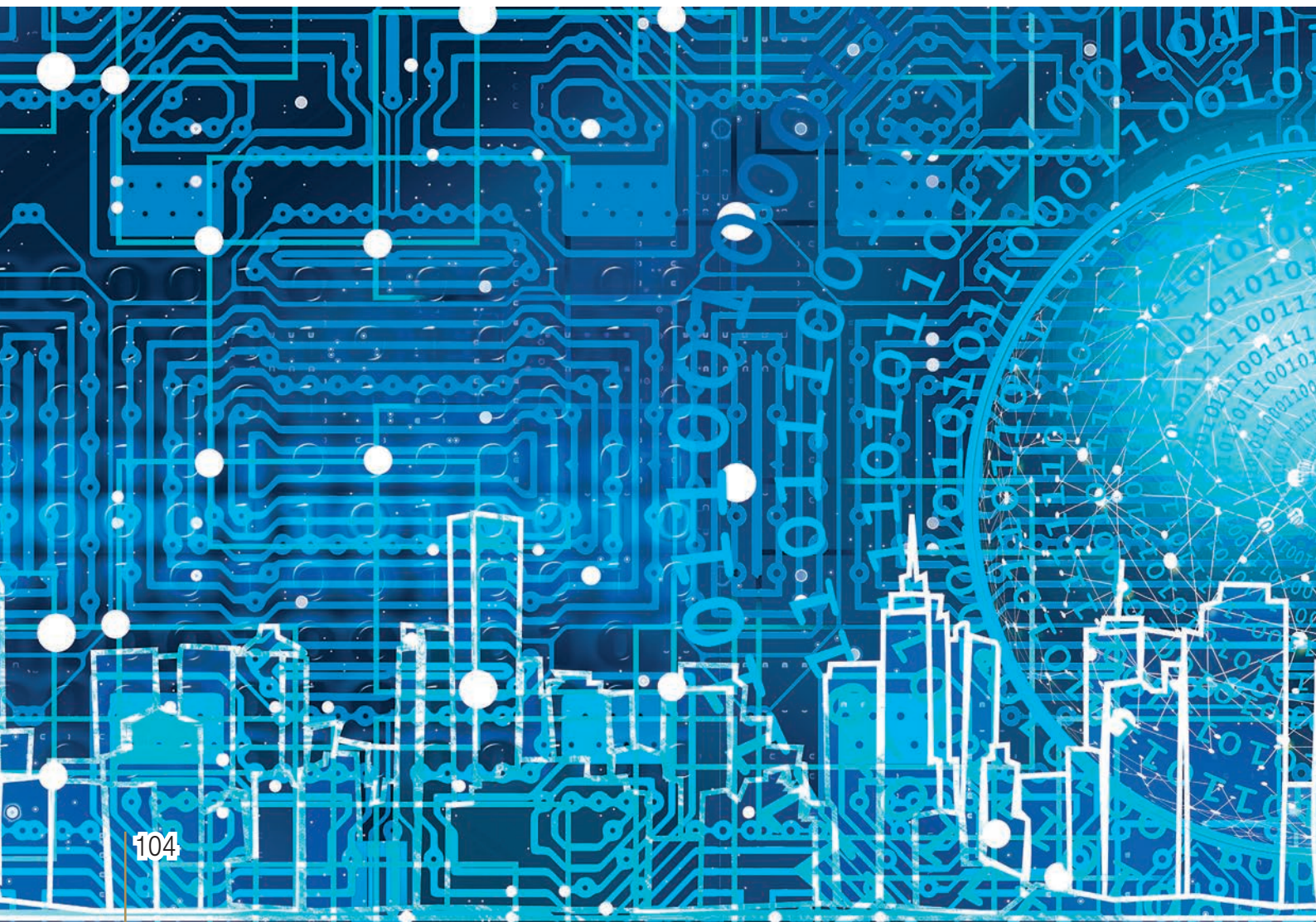
„Не бива да изпадаме в паника от развитието на изкуствения интелект, просто винаги може да го изключим. Той може да е много полезен в редица сфери, в които човекът не може да се мери с него – например при обработката на големи бази данни. Човекът държи ключа към изкуствения интелект и неговата етика зависи от програмата, която ще му бъде зададена. Тех-

unnecessary. But ten years ago, they began to disappear, replaced again by people – they do this job faster and cheaper. Automated car washes broke down quickly and needed constant high-quality care that was expensive.

The easiest to take over are middle-class jobs, but not low-paid ones, which are mistakenly referred to as low-skilled labour. Skills are needed, which, for now, are difficult for machines to acquire. Computers cannot easily enter the creative professions. However, the least threatened by the entry of machines are plumbers, where technical dexterity and complex judgement are required. What will save people at the advance of smart machines is flexibility of reaction. For now...

Don't Panic

“We should not panic because of the development of artificial intelligence, we can always turn it off. It can be very useful in a number of areas where humans cannot compete with it – for example, when processing large databases. Man holds the key to artificial intelligence, and its ethics depends on the program that will be installed. Technically, we are also bio-robots with some intellect. We learn, and if someone teaches us something bad, we become dangerous to others. So is the case with artificial intellect. The fact that something is complicated and cannot be explained in a simple way, should



нически погледнато ние също сме биороботи с някакъв интелект. Обучаваме се и ако някой ни научи на нещо лошо, ставаме опасни за другите. Така е и с изкуствения интелект. Това, че нещо е сложно и не може да се обясни просто, не бива да води до паника“, призовава български екип от млади програмисти със сравнително скромни опит в създаването на изкуствен интелект. Те дори не са надниквали в секретните технологични лаборатории. Затова е лесно да се каже, че ще спрем машините, ако прескочат определени етични граници. Но къде е шалтерът на глобалната мрежа? Аналогична може да е ситуацията с изкуствения интелект. Затова създателите на тези по-умни от човека машини трябва да са отговорни към бъдещето, което проектират.

Къде сме ние

България не е огледало за възможностите и за напредъка на изкуствения интелект. Това, от което тук май повече трябва да се притесняваме, е слабото участие, което имаме в подобна развойна дейност. Тя е оставена на добрата воля на шепа учени, които разполагат с оскъдни средства, и на ентузиазирани млади предприемачи, които търсят начини да самофинансират разработките си, движени от професионалното предизвикателство. В страната няма осигурено целево финансиране за R&D в сферата на изкуствения интелект и роботите, тъй като тези перспективи се подценяват. Въпрос на сложно сътрудничество между държавата, науката и бизнеса е занаят нещо да се промени.

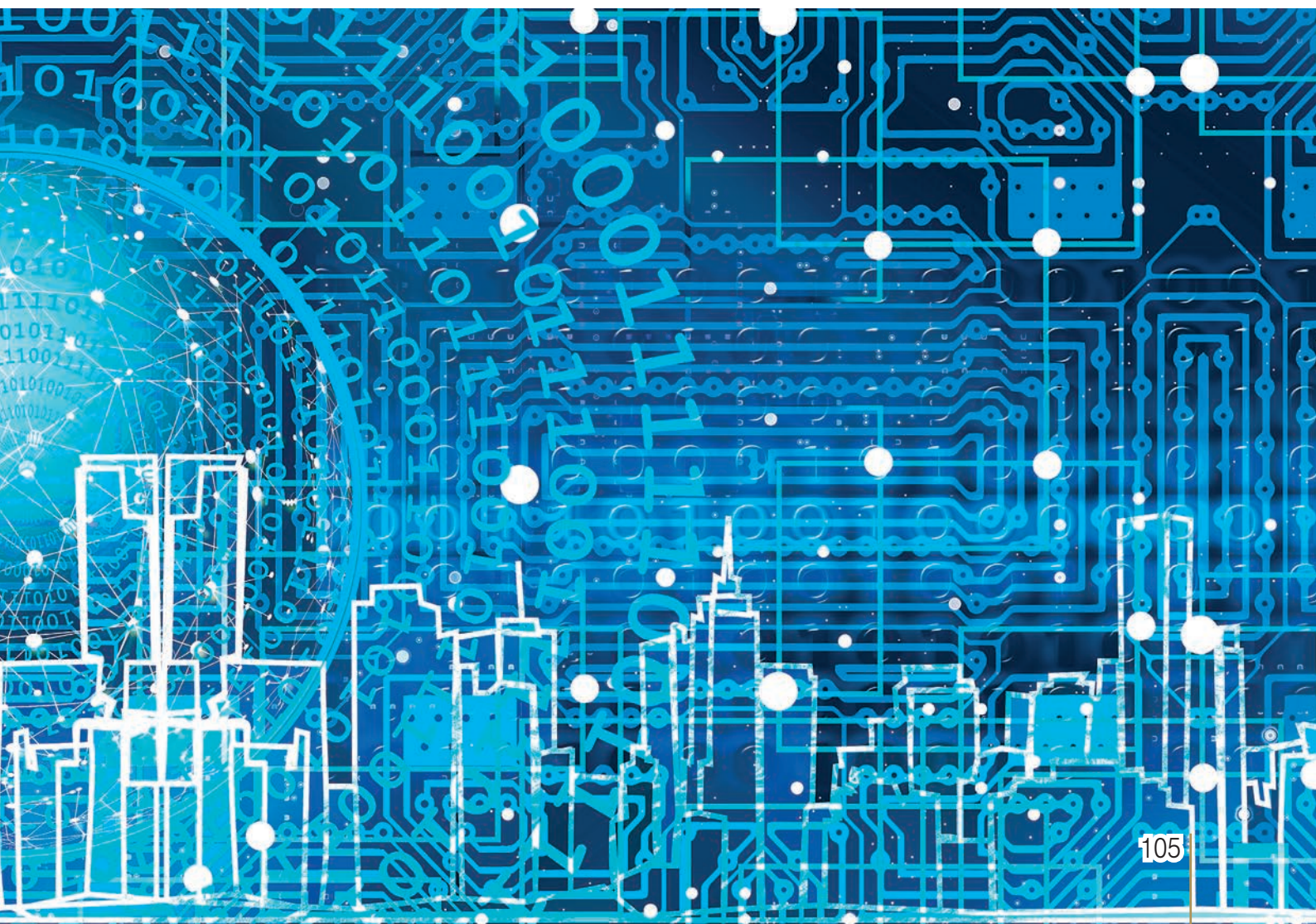
Изкуственият интелект вече е в настъпление. По-опасно е да сме неподготвени за деня, когато машините ще са по-умни от нас. (1)

not lead to panic,” urges a Bulgarian team of young programmers with comparatively modest experience in the creation of artificial intelligence. They have not even peeped into secret technology laboratories. That’s why it is easy to say that we will stop the machines if they cross certain ethical limits. But where is the global network switch? The situation with artificial intelligence may be similar. For this reason, the creators of these smarter machines must be responsible for the future they are designing.

Where Are We

Bulgaria is not a reflection of the possibilities and progress of artificial intelligence. What we have to worry about here is the scarce involvement that we have in such a development. It is left to the goodwill of a handful of scientists, who have scant resources, and to enthusiastic young entrepreneurs who, driven by the professional challenge, are looking for ways to self-finance their developments. In Bulgaria, there is no targeted funding for R&D in the field of artificial intelligence and robots because these prospects are underestimated. It is a matter of complicated cooperation between the state, science and business for things to change in the future.

Artificial intelligence is already advancing. It is more dangerous to remain unprepared for the day when machines will be smarter than us. (2)



Автомобилите - лесна мишена на кибератаки

Физическата кражба на колата вече не е такава заплаха като хакването на лични данни

A physical theft of a car is no longer such a threat as is the hacking of personal data

Cars - an Easy Target for Cyberattacks

Илиян Цветанов  Iliyan Tsvetanov

Автомобилите престанаха да бъдат физически независими от комуникациите и мрежите в края на XX век, а с разширяване възможностите на т.нар. свързани автомобили потенциалът за кибератаки се увеличи. Днес въпросите за развитието на информационните технологии не се разглеждат, без да се вземе предвид този проблем.

Интернет измени начина на работа с компютъра така, както сега свързването променя автомобила. Когато персоналните компютри започнаха да навлизат в живота ни, зловредният софтуер беше основен проблем за информационната сигурност. Компютърният вирус можеше да доведе до загуба на данни и дори

Cars ceased to be physically independent from communications and networks at the end of the 20th century, and with the expansion of the possibilities of the so-called connected cars, the potential for cyberattacks has increased. Today, the problems associated with the development of information technologies are not addressed without taking this issue into consideration.

The Internet has changed the way we work with computers, as connection is now changing cars. When personal computers began to enter our lives, malicious software was a major problem for information security. A



да повреди устройството. Никои не мислеше за кражба на данни или за неправилно използване на техниката. Комуникационните канали бяха много бавни, малцина можеха да ползват интернет или други мрежи. По това време най-лошото, което можеше да се случи, беше закупуването на нов компютър, ако старият се повреди. След като интернет обаче стана достъпен за всички и цената на оборудването намалая, ситуацията се промени. Вирусите, разбира се, си остават проблем, но ние вече се страхуваме не защото може да ни се наложи да си купим нов компютър. Безпокойството ни е свързано най-вече с кражбата на данни, с прекъсване работата на критичните системи, от които зависи животът ни.

Същото се случва днес и с колите. Доскоро най-големият страх на собствениците на автомобили бе кражбата. Веднага след като автомобилът обаче бе свързан с мрежата, всичко се промени. Открити бяха множество допълнителни заплахи, не по-малко неприятни.

Какво е най-лошото, което може да се случи при кибератака срещу един автомобил? Водачът да загуби живота си, разбира се. През 2015 г. Chrysler отзова 1,4 милиона автомобили, след като хакери демонстрираха пред WIRED, че могат да контролират дистанционно системата на

computer virus could lead to data loss and even damage the device. No one was thinking about data theft or misuse of technology. Communication channels were very slow, few could use the Internet or other networks. At the time, the worst thing that could happen was the need to purchase a new computer if the old one was damaged. But after the Internet became available to everyone and the cost of the equipment decreased, the situation changed. Viruses, of course, remain a problem, but we are now afraid not because we may have to buy a new computer. Our anxiety is mostly related to the theft of data, with the breakdown of the critical systems on which our lives depend.

The same happens today with cars. Until recently, the biggest fear of car owners was theft. As soon as cars got connected to the network, everything changed. Many additional threats have been detected, which are no less unpleasant.

What's the worst that can happen in case of a cyberattack on a car? For the driver to lose their life, of course. In 2015, Chrysler withdrew from the market 1.4 million cars after hackers demonstrated before WIRED that they could control the system of Jeep remotely through the Internet. They managed to penetrate into the turning on/off of the air conditioning, the audio system,

Jeep през интернет. Те успяха да проникнат във включването и изключването на климатика, в аудиосистемата, в изключване на спирачките и дори да се намесят в управлението на автомобила по време на движение. През 2016 и 2017 г. беше атакувана Tesla. Специалисти по сигурността от Keen Security Lab демонстрираха атака срещу Tesla Model S. Те успяха да задействат спирачките, да отворят вратите и да приберат страничните огледала, въпреки че се намираха на около 20 метра от колите.

Хакването на автомобил може сериозно да навреди върху физическото състояние на собственика. Засега обаче плашещите хакерски експерименти помагат на производителите и разработчиците на свързани системи да повишат нивото на безопасност на своите продукти.

Втората заплаха се отнася за данните. През ноември 2017 г. Uber съобщи за кражба на данни на 57 милиона свои потребители. Хакерите задигнаха имената, имейл адресите и телефонните номера на 50 милиона души, които ползват услугата на компанията по целия свят. Те също така присвоиха информацията за 7 млн. шофьори, включително номерата на около 600 000 шофьорски книжки в САЩ. Историята на пътуването и ползването на автомобилите, лични и статистически данни - всичко може да бъде обект на хакерска атака.

Колата отдавна се е превърнала в аналог на работния офис. В автомобилите си хората водят бизнес преговори по Bluetooth, без да откъсват поглед от пътя и да вдигат ръцете си от волана, обсъждат житейски планове, разговарят с децата си. Готови ли сте да споделите тази информация със света? Всеки, който успее да се свърже с автомобилната система, без да извърши физически взлом, може дистанционно да получи достъп до всичко, което се случва вътре. И колкото по-голям е бизнесът, толкова по-лоша ще бъде кражбата на такива корпоративни и лични данни. Самата кола става по-малко ценна от информацията, която може да бъде „прочетена“ от нея. Така че физическата кражба на автомобила, срещу която собственикът вероятно е застрахован, вече е нищо в сравнение с всички други потенциални злини.

Тук възниква въпросът защитени ли са съвременните автомобили от кибератаки? Експертите в областта на автомобилната киберсигурност твърдят, че автомобилните технологии като Wi-Fi, Bluetooth, автономните системи за управление и телематичното оборудване са много уязвими, а производителите и доставчиците не обръщат достатъчно внимание на предотвратяването на евентуални електронни атаки. Докладът, базиран на проучване сред 593 ИТ специалисти и инженери, работещи в автомобилната индустрия в САЩ, разкри редица сериозни проблеми. Сред тях са:

- * 62% от ИТ специалистите и инженерите смятат, че атака върху продуктите на компанията им е много вероятно да се случи следващата година.

- * 52% казват, че са наясно с потенциалната вреда за шофьорите или превозните средства поради „несигурните автомобилни технологии“.

- * 62% посочват, че тяхната компания няма достатъчно навици за киберсигурност при разработването на продукти.

В компаниите, участвали в проучването, средно само девет служители работят на пълен работен ден по програмите, свързани с киберсигурността. А 30% от анкетираните посочват, че в компанията им няма нито



to turn off the brakes and even intervene in the driving of the car while being in motion. In 2016 and 2017, Tesla was attacked. Security experts from Keen Security Lab demonstrated an attack on the Tesla Model S. They managed to trigger the brakes, open the doors and take in the side mirrors, even though they were about 20 meters away from the cars.

Hacking a car can seriously damage the owner's physical condition. So far, however, frightening hacker experiments have helped manufacturers and developers of connected systems to increase the level of safety of their products.

The second threat concerns data. In November 2017, Uber reported the data theft of 57 million users. Hackers stole the names, e-mail addresses and phone numbers of 50 million people who use the company's service worldwide. They also stole information about 7 million drivers, including the numbers of 600,000 driving licenses in the United States. The history of trips and use of cars, personal and statistical data – everything can be subject to a hacker attack.

The car has long ago turned into an analogue of an office. In their cars, people have business talks through



Bluetooth without taking their eyes off the road and lifting their hands off the wheel, discuss life plans, talk with their children. Are you ready to share this information with the world? Anyone who can connect to the car system, without performing a physical break in, can remotely access everything that's going on inside. And the bigger the business, the worse the theft of such corporate and personal data would be. The car itself becomes less valuable than the information that can be "read" from it. Thus, the physical theft of the vehicle against which the owner is probably insured is now nothing compared to all other potential evils.

Here comes the question of whether modern cars are protected from cyberattacks? Automotive cybersecurity experts claim that car technologies such as Wi-Fi, Bluetooth, autonomous control systems and telematics equipment are very vulnerable, and manufacturers and suppliers are not paying enough attention to preventing possible electronic attacks. The report, based on a survey among 593 IT specialists and engineers working in the car industry in the US, revealed a number of serious issues. These include:

- * 62% of the IT professionals and engineers believe an attack on their company's products is very likely to happen next year.

- * 52% say they are aware of the potential harm to drivers or vehicles due to "unsafe vehicle technologies."

- * 62% indicate that their company does not have enough cybersecurity processes when developing products.

In the companies surveyed, only nine employees on average were working full-time on cyber security programs. And 30% of respondents say that in their company, there is

neither a program nor a cybersecurity team. Which products are most likely to be hacked:

- * RF systems, such as Wi-Fi and Bluetooth (most at risk according to 63% of the specialists).

- * Telematic systems that record speed and location data (according to 60% of the respondents).

- * Autonomous management systems (according to 58% of survey participants).

The report was prepared by Synopsys, California software developer, and SAE International (Society of Automotive Engineers), a US-based non-profit organization for scientific and technical research and standardization. The employees surveyed indicate that the most significant reasons for the vulnerability of the software are the lack of understanding of the problem by the management of the companies and the pressure on them to meet the development deadlines. About 69% of the respondents say they cannot express their concerns before the senior officers of their companies. And as the main reason, the authors of the report point out the "sophisticated and fragmented supply chain in the automotive industry", because most suppliers do not have a credible cybersecurity team. (3)

програма, нито екип за киберсигурност. Кои продукти е най-вероятно да бъдат хакнати:

- * RF системи като Wi-Fi и Bluetooth (най-много изложени на риск според 63% от специалистите).

- * Телематичните системи, които записват данни за скоростта и местоположението (според 60% от анкетираните).

- * Автономните системи за управление (според 58% от участниците в проучването).

Докладът е изготвен от калифорнийския разработчик на софтуер Synopsys и SAE International (Дружество на автомобилните инженери), базирана в САЩ нестопанска организация за научно-технически изследвания и стандартизация. Служителите, интервюирани за проучването, посочват, че най-важните причини за уязвимостта на софтуера са липсата на разбиране на проблема от страна на ръководството на компаниите и натискът върху тях да изпълнят сроковете за развитие на разработките. Около 69% от респондентите заявяват, че не могат да изразят загрижеността си пред висшите служители на компаниите. А като „главен виновник“ авторите на доклада посочват „сложната и накъсана верига на доставки в автомобилната индустрия“, защото повечето доставчици нямат авторитетен екип за киберсигурност. (3)

Да си купите ли електрически автомобил?

Should You Buy an Electric Car?



ОТ АДАИР
ТЪРНЪР

BY ADAIR
TURNER

Project Syndicate

Леките автомобили генерират едва 8% от общите емисии на въглероден диоксид в световен мащаб, а ако зареждате електрическо превозно средство (ЕПС) с електроенергия, генерирана от неефективни въглищни електроцентрали, непосредственият ефект ще бъде увеличаване на емисиите на CO₂, в сравнение с управлението на съвременна бензинова или дизелова кола. Затова е важно да се подчертае, както Фатих Биrol, изпълнителен директор на Международната агенция по енергетика, направи в Давос през януари, че електрическите автомобили сами по себе си няма да предотвратят катастрофалните промени в климата. Електрификацията на превозните средства все пак е от решаващо значение за намаляване на емисиите. Ако ви е грижа за климата, следващата кола, която купувате, трябва да е електрическа.

Електрическите двигатели по своята същност са по-ефективни от двигателите с вътрешно горене: докато бензинов или дизелов двигател обикновено губи повече от 70% от енергията, която използва като нежелана топлина, електрическият двигател превръща всичко, с изключение на 5%, в кинетична енергия. И след като разходите за батерията паднат под 100 долара за киловат-час – което от Bloomberg New Energy Finance (BNEF) очакват да се случи до 2024 г. – електромобилите не само ще бъдат по-евтини за управление, но и по-евтини за закупуване. Така че ЕПС в крайна сметка ще преобладават – и далеч по-рано, отколкото много прогнози предве-

Passenger cars account for only 8% of total global carbon dioxide emissions, and if you charge an electric vehicle (EV) with electricity generated by inefficient coal power plants, the immediate effect will be increased CO₂ emissions compared with driving a modern gasoline or diesel car. So it's important to stress, as Fatih Birol, Executive Director of the International Energy Agency, did at Davos in January, that electric cars alone will not avert catastrophic climate change. But vehicle electrification is nonetheless crucial to reducing emissions. If you care about the climate, the next car you buy should be electric.

Electric motors are inherently more efficient than internal combustion engines: while a gasoline or diesel engine typically wastes more than 70% of the energy it uses as unwanted heat, an electric motor turns all but 5% into kinetic energy. And once battery costs fall below \$100 per kilowatt-hour – which Bloomberg New Energy Finance (BNEF) expects to occur by 2024 – electric cars will not only be cheaper to run, but also cheaper to buy. So EVs will eventually dominate – and far sooner than many projections suggest – whether we care about the climate or not.

Provided the electricity used has a carbon intensity below about 800 grams per kWh, electric cars reduce carbon emissions. In France (with average intensity of about 80 grams), the United Kingdom (about 250 grams and falling

Адаир Търнър, председател на Института за ново икономическо мислене и бивш председател на Службата за финансови услуги на Обединеното кралство, е председател на Комисията за енергийни преходи.

Adair Turner, Chairman of the Institute for New Economic Thinking and former Chairman of the UK Financial Services Authority, is Chair of the Energy Transitions Commission.



щават – независимо дали ни е грижа за климата или не.

При условие че използваното електричество има интензивност на въглерода под 800 грама на киловатчас, електрическите автомобили намаляват въглеродните емисии. Във Франция (със средна интензивност от около 80 грама), Обединеното кралство (около 250 грама и бързо спадаци), САЩ (около 400 грама) и дори високовъглеродна Германия (все още около 500 грама) електрическите автомобили без съмнение ще намалят емисиите, при условие че потребителите избягват да ги зареждат, когато пределната интензивност е най-висока.

В Китай и Индия обаче, където средната въглеродна интензивност е около критичната стойност от 800 грама, много бързото нарастване на ЕПС може първоначално да има негативен ефект. Но това, което има значение, е въглеродната интензивност на електроенергията, използвана през целия живот на превозното

fast), the United States (about 400 grams) and even high-carbon Germany (still around 500 grams), electric cars will undoubtedly reduce emissions, provided users avoid charging them at times when marginal intensity is highest.

In China and India, by contrast, with average electricity carbon intensity around the break-even point of 800 grams, very rapid EV growth could have an adverse effect initially. But what matters is the carbon intensity of electricity used throughout the vehicle's life. The optimal strategy is therefore to encourage auto electrification while also rapidly decarbonizing power generation, which the collapsing cost of renewables now makes possible. As recent reports from the Energy Transitions Commission show, India could reduce its electricity carbon intensity to 550 grams per kWh by 2030, while doubling electricity consumption – and at no cost to consumers.

средство. Следователно, оптималната стратегия е да се насърчи електрифицирането на превозните средства, като същевременно бързо се намали количеството въглерод, което се отделя при производството на електроенергия, което вече е възможно, благодарение на намаляващите разходи за възобновяеми енергийни източници. Както показват неотдавнашни доклади от Комисията за енергийни преходи, Индия би могла да намали интензивността си на въглеродни емисии до 550 грама на киловатчас до 2030 г., като същевременно улови консумацията на електроенергия - и без разходи за потребителите.

Освен това, потенциалът електрификацията на транспорта да намали емисиите на CO₂ е далеч по-голям от предполагаемите 8%. Допълнителни 8% от емисиите идват от камиони и автобуси, а бъдещето за тези превозни средства също е електрическо. Тук темпото на електрификация отчасти ще е обвързано с това колко хора решават да купуват електрически автомобили. Мащабните инвестиции в иновации в батериите и промишленото им производство, провокирани от очакваните покупки на електроенергия, водят до намаляване на разходите и увеличаване на енергийната наситеност, което прави електрическите автобуси, задвижвани с батерии, и камионите за превоз на къси разстояния все по-конкурентоспособни. За транспортиране на дълги разстояния водородните горивни клетки могат да бъдат ключови за постигане на необходимия обсег, но двигателите ще бъдат електрически, което ще доведе до значителни подобрения в качеството на въздуха в градовете и намаляване на емисиите на CO₂ (ако електричеството идва от нисковъглеродни източници). Технологиите за батерии или водородни електропроводи също ще играят важна роля в корабоплаването на по-кратки разстояния и в авиацията.

В същото време иновациите в батериите, които първоначално са провокирани от развитието на ЕПС, ще намалят разходите за декарбонизация на енергията. BNEF изчислява, че до 2030 г. цените на батериите могат да паднат до 62 долара за киловатчас, което ще позволи секторът на комуналните услуги да разположи цялостни батерийни системи за по-малко от 150 долара за киловатчас, като батериите ще осигуряват икономично съхранение през нощта в електроенергийни системи, които във все по-голяма степен ще зависят от слънчеви и вятърни източници. Това от своя страна ще доведе до по-ниска интензивност на въглеродните емисии, което превръща ЕПС в благотворни за планетата.

Разбира се, и други технологии, освен електричеството, батериите и водородните горивни клетки, са от ключово значение за намаляване на емисиите. В промишлените сектори, където намаляването на емисиите ще е по-сложно, като производство на стомана, цимент и химикали, ще са необходими и източници на биоенергия и улавяне на въглерода. В авиацията батериите ще бъдат твърде тежки, за да захранват междуконтинентални полети, освен

Moreover, the potential for transport electrification to reduce CO₂ emissions is far greater than the 8% figure suggests. An additional 8% of emissions come from trucks and buses, and the future is electric for these vehicles, too. Here, the pace of electrification will partly reflect how many people choose to buy electric cars. Massive investments in battery innovation and manufacturing scale, driven by expected EV purchases, are delivering cost reductions and energy-density increases which make battery-powered electric buses and short-haul trucks increasingly competitive. For long-distance trucking, hydrogen fuel cells may be key to adequate range, but the engines will be electric, delivering dramatic improvements in urban air quality and reducing CO₂ emissions (if electricity comes from lower-carbon sources). Battery or hydrogen electric technologies will also play a significant role in shorter-distance shipping and aviation.

At the same time, battery innovations initially driven by EV growth will reduce the cost of power decarbonization. BNEF estimates that battery prices could fall to \$62 per kWh by 2030, enabling the utility sector to deploy total battery systems at less than \$150 per kWh, with batteries providing cost-efficient overnight storage in electricity systems that increasingly depend on solar and wind sources. That, in turn, will deliver the lower carbon intensity required to make EVs good for the planet.

Other technologies, apart from electricity, batteries, and hydrogen fuel cells, are of course vital to reduce emissions. In the harder-to-abate industrial sectors such as steel, cement, and chemicals, bioenergy sources and carbon capture will also be required. In aviation,



ако не бъдат достигнати значителни и понастоящем неясни подобрения в енергийната плътност на батериите – с шест или повече пъти. Синтетичното гориво за реактивни двигатели, произведено от нисковъглеродна електроенергия, може да стане икономично, а вероятно и биогоривата ще играят важна роля.

Въпреки че ще е необходимо съчетание от технологии, всички възможни сценарии за постигане на целите на Парижкото споразумение за климата показват, че значителното увеличение на ролята на електроенергията е от съществено значение. Наскоро публикуваният от Shell „Небесен сценарий“ изчислява, че електроенергията ще представлява повече от 60% от крайното потребление на енергия до края на този век, което е с около 20% повече от днешно време. Ако не електрифицираме колкото се може по-голяма част от икономиката и възможно най-бързо не декарбонизираме производството на електроенергия, няма надежда да избегнем крайно негативните последици от изменението на климата.

Разбира се, електрическите превозни средства могат да бъдат различни видове и размери, и колкото по-голям е електрическият автомобил, който купувате, и колкото повече демонстрирате отличните му възможности за ускорение, толкова по-голяма е опасността непосредственият резултат от електрифицирането да бъде увеличаване на емисиите. За съжаление, съществуващите предложения за ЕПС са насочени към по-големите автомобили и колите тип SUV, с по-малко на брой малки и средно големи модели, които в крайна сметка биха довели до най-големите намаления на емисиите. Това е отражение на желанието за печалба на автомобилните компании, трудностите за постигане на необходимия диапазон с по-малки батерии и липсата на достатъчно широко разпространена инфраструктура за зареждане. Но инфраструктурата за зареждане може и трябва да бъде изградена и все по-широк кръг от автомобили от различни размери ще бъдат налични.

Така че, ако ви е грижа за климата, следващата ви кола трябва да е електрическа, за предпочитане с размер или два по-малка от тази, която първоначално сте обмисляли. И за да сте сигурни, че наистина помагате за спасяването на планетата, трябва да съчетаете своето лично решение за покупка с политическа подкрепа за политики за ускоряване на декарбонизацията на електроенергията и инвестиции в масова инфраструктура за зареждане на електрически автомобили. Закупуването на ЕПС само по себе си не може да спаси планетата, но е силен лост за по-широките промени, които биха могли. (4)

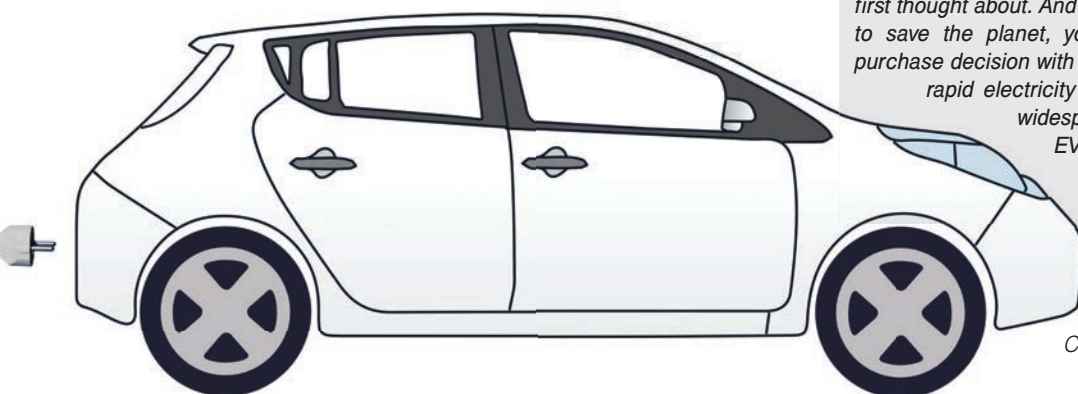


batteries will be far too heavy to power intercontinental flight unless dramatic and currently unforeseeable improvements in battery energy density – six times or more – can be achieved. Synthetic jet fuel produced from low-carbon electricity may become economic, and biofuels are also likely to play a significant role.

But while a combination of technologies will be needed, all feasible scenarios for achieving the objectives of the Paris climate agreement show that a massive increase in the role of electricity is essential. The recently published Shell “Sky Scenario” estimates that electricity will account for more than 60% of final energy demand by late this century, up from around 20% today. If we don't electrify as much of the economy as possible, and decarbonize electricity production as rapidly as possible, we have no hope of avoiding severely harmful climate change.

Of course, EVs come in different types and sizes, and the bigger the electric car you buy, and the more you show off its superior acceleration, the greater the danger that the immediate impact of going electric will be an increase in emissions. Unfortunately, current EV offerings are skewed toward larger cars and SUVs, with fewer small and mid-size models, which will eventually deliver the biggest emissions reductions. This reflects the car companies' profit incentives, the difficulties of achieving adequate range with smaller batteries, and the lack of sufficiently widespread charging infrastructure. But the charging infrastructure can and must be built, and a wider range of auto sizes will increasingly be available.

So, if you care about the climate, your next car should be electric, preferably a size or two smaller than the one you first thought about. And to ensure that you really are helping to save the planet, you should combine your personal purchase decision with political support for policies to drive rapid electricity decarbonization and investment in widespread charging infrastructure. Buying EVs alone cannot save the planet, but doing so is a powerful lever for the broader changes that can. (3)



Авторско право
Проект Синдикат, 2019 г.
Copyright: Project Syndicate, 2019.
www.project-syndicate.org

ING – 25 години в България с поглед напред

Фокусът на банката е да подсигури и финансира преминаването към устойчив обществен, икономически и природен модел

Our focus is to facilitate and finance society's shift to sustainability and contribute to progress – environmental, social and economic

Celebrating 25 Years of ING in Bulgaria and Beyond

Г-н Кониечни, как бихте описали настоящата икономическа, бизнес и социална среда в България и как си представяте нейното развитие в бъдеще?

- Въпреки относително малкия обем на българския пазар, виждам редица интересни и позитивни възможности. Географското разположение на България като една от граничните държави на Европейския съюз от изток, както и множеството развиващи се сектори като туризъм, селско стопанство и ИТ, правят страната привлекателна от инвестиционна и бизнес гледна точка. Налични са и политически усилия за още по-добра интеграция на България чрез въвеждане на единна валута и влизане в Шенген. Всички тези фактори ще доведат до по-голяма стабилност и подобряване на имиджа на страната пред инвеститорите, които пък от своя страна ще внесат ноу-хау и иновации, необходими на България, за да обезпечат бъдещото ѝ развитие.

Силно вярвам, че няма как да постигнем балансирано и устойчиво икономическо развитие, без да се фокусираме в подобряването на социалната среда в страната. Затова и през 2015 г. ние в ING поставихме начало на Фонд за социални иновации, който предоставя финансова помощ на български социални проекти. Също така насърчаваме нашите служители да станат ментори на социалните предприемачи, които подкрепяме с фонда. Горд съм да споделя, че повече от 10% от служителите ни доброволно помагат на социални предприемачи да се развиват. Партнираме си с Reach for Change, организация с нестопанска цел, която работи за подобряване на живота на децата и младежите. След настъпване на устойчива социална промяна естествено ще последва и икономическото развитие, както и ще стане възможно оползотворяването на много допълнителни преиму-

Мr. Konieczny, how would you summarize the current economic, business and social environment in Bulgaria and what is your vision in terms of its development?

- Despite the relatively small size of the Bulgarian market, I see a number of interesting and positive opportunities emerging. Bulgaria's position as one of the first European Union (EU) countries from the east and the number of growing sectors such as tourism, agriculture and IT, is making Bulgaria attractive market for investors and businesses. There is also political ambition to integrate Bulgaria closer with the other EU countries through single currency and Schengen access. These are factors, which will ensure greater stability and improved standing and perception of the country by international investors who can share know-how and bring innovation that Bulgaria needs to develop and narrow its convergence gap.

Furthermore, I strongly believe that we shall not ensure balanced and sustainable economic development without being focused on improving social environment in the country. We, at ING, realize it and that is why in 2015 we launched Social Innovation Fund, which provides financial support for Bulgarian social entrepreneurship projects. We also encourage our employees to become mentors to social entrepreneurs, whom we support. I am proud to say that more than 10% of our employees are voluntarily helping social entrepreneurship to develop. We have partnered with Reach for Change, a non-profit organization focused on improving the lives of children and young people. Once social change takes hold, economic development will follow naturally and many strengths and opportunities Bulgaria has will be exploited.

- **ING Bank celebrates its 25-year presence in Bulgaria in 2019. What changes have you seen during this time and what sets ING apart in the Bulgarian market?**

- We were among the first international banks to establish



Гжегож Конieczни е главен изпълнителен директор на ING в България от януари 2018 г. Историята му в ING датира преди почти 25 г., когато се присъединява към екипа на банката в Полша като мениджър корпоративни клиенти. През годините е заемал не една представителна позиция, свързана с корпоративни клиенти, включително в бизнеса със структурирано финансиране. Сега е фокусиран в развитието на ING в България, с което да подпомогне и икономическото, и социалното развитие на страната.

Grzegorz Konieczny has been the Country Head of ING Bank in Bulgaria since January 2018. However, his history with ING goes back almost 25 years, when he joined the bank in Poland as a client relationship manager. During his time at ING, he has worked in a number of clients facing roles across the corporate department, including Structured Finance. He now focuses on the development of ING in Bulgaria to support the country's economic and social development.

ществата и възможности в страната.

- ING празнува своята 25-годишнина в България през 2019 г. Какво развитие претърпяхте и което ви отличава на банковия пазар?

- Ние сме една от първите международни банки, които се установиха в страната. Оттогава до днес останахме отдадени на клиентите си в добри и лоши времена. Въпреки скромния мащаб на бизнеса в България, винаги сме се фокусирали върху дългосрочната инвестиция, вярвайки, че България е важен пазар.

През годините станахме свидетели на редица исторически процеси, включително прехода от комунистическа икономика към отворен пазар, присъединяването към ЕС, което доведе до институционални подобрения и насърчи растежа, финансовата криза от 2007 г. и засиления регулаторен режим. Ангажирахме се да подкрепим нашите клиенти по време на всички тези промени и им помогнахме да развият успешно бизнеса си в страната и да постигнат международно разрастване.

Днес ING има най-високия банков рейтинг и е призната от българските ни клиенти като най-сигурен партньор.

Наблюдава се, че корпоративният банков сектор в страната е доминиран от компании, които предлагат универсални продукти, докато ING, като международна банка, предлага персонализирани банкови решения. Освен локалната си експертиза, използваме и международната си мрежа, за да удовлетворим нуждите на клиентите си. На местно ниво предлагаме основните банкови продукти, необходими за ежедневните нужди на клиентите ни. За по-комплицирано обслужване, включително консултации по сливания и придобивания, финансиране на придобивания, емитуване на облигации, търговско финансиране, индивидуално разработени трансакционни услуги и решения за финансови пазари, обединяваме усилия с колеги от международния екип на ING.

Стремим се да предоставим еквивалентно обслужване на клиентите ни, които оперират трансгранично. Освен това, тъй като сме секторно ориентирани, разполагаме със специализирани екипи, които работят за ключови отрасли като енергийния, транспортния и инфраструктурния и финансовите институции. Клиентите ни имат преимущество да работят с професионален партньор, фокусиран точно върху спецификата на техния сектор.

- Как бихте описали културата и ценностите на ING?

- Гордеем се, че повечето от служителите ни са в екипа от почти 20 г., предоставяйки високо експертно ниво и подкрепа на клиентите.

Това ни подсигурява стабилност, база за взаимно развитие и споделяне на опит с новите колеги. Имаме силна корпоративна култура, която поставя основите не само на начина ни на работа, а и на взаимодействие с клиентите и помежду ни. Наричаме го „Оранжев кодекс“. Той ни концентрира върху ценности като екипна работа, инициативност, споделяне на знания и взаимопомощ. Поддържаме позитивна нагласа и се опитваме да въвеждаме иновации в начина си на работа и на обслужване на клиентите. Насърчаваме хората си да се развиват, предоставяме им възможности да пътуват и да работят в офиси на ING на различни локации. Нашето мото е: „Да бъдем крачка напред в живота и в бизнеса.“ Затова насърчаваме хората да са социално отговорни



its presence in Bulgaria. Since then, we remained committed to our clients through good and bad times. Despite the modest scale of our business in Bulgaria, we have always been focused on investing with long-term perspective as we consider Bulgaria an important market. Over the years, we have seen a number of breakthrough moments, including transition from communist economy to open market, accession to the EU that prompted institutional improvements and fostered growth, the 2007 financial crisis and increased regulatory scrutiny. We remained committed to help our clients throughout all these changes and helped them develop their businesses successfully in the country and through international expansion. Today, we are a bank with the highest credit rating in Bulgaria and recognized as the safest partner for our clients.

Important to note, the corporate banking sector in Bulgaria is dominated by local banks with an universal offering while ING, as an international bank, offers banking solutions made to measure. We leverage on local expertise and knowledge but also use our international network to support our client's needs. Locally, we provide our clients with their main day-to-



и ангажирани с обществените проблеми. Организираме благотворителни инициативи, за да подпомагаме по-уязвимата част от обществото и да подобряваме образователната система. Хората го оценяват положително и това затвърждава връзката им с ING.

- Какъв е следващият ход на ING в България, бъдещите ви планове?

- Стремим се да повишим осведомеността относно устойчивите практики както сред нашите служители, така и сред клиентите ни в България. Амбицирани сме да се позиционираме като най-предпочитан банков партньор за устойчивите проекти на нашите клиенти.

Фокусът на ING в България е да подсигури и финансира преминаването към устойчив обществен, икономически и природен модел.

За мен е удоволствие да съм част от това и да нося промяната за ING. Прекарвам чудесно времето си на работа и със семейството. Щастлив съм да съм в България и да се наслаждавам на нейната красота. 🌿

day banking products. For more complex services including M&A advisory, acquisition financing, bond issuing, trade finance, tailor-made transaction services and financial markets solutions, we team up with ING colleagues from international teams. For those of our clients that operate cross-border, we strive to offer same client experience outside Bulgaria as well. Furthermore, we are sector focused and have specialized teams in all key sectors including energy, transportation, infrastructure and financial institutions. This gives our clients benefit of having experienced discussion partner focused on the specifics of their sector.

- How would you describe ING's culture and values?

- We are proud to say that many of our employees have been with us for nearly 20 years providing expert knowledge and support to our clients giving ING the reputation of providing outstanding client service. This helps build stability, develop experience and share knowledge with new colleagues. We have strong corporate culture that applies not only to how we operate as a business but how we interact with each other and our clients. We call this the "Orange Code", which focuses on teamwork, initiative, knowledge sharing and helping one another. We maintain positive mindset and try to innovate in the way we work and the way we service our clients. We encourage our

people to develop their skills and offer travel or job rotation opportunities. Our mission statement says "take a step ahead in life and business". We therefore encourage people to remain socially conscious and committed toward society. We organize charities and social initiatives to support underprivileged and to improve education system in the country. People recognize this very positively and firm their bond with ING.

- What is the next chapter of ING in Bulgaria or what are your future plans?

- We aim to increase awareness about sustainability both among our people and clients in Bulgaria. We have the ambition to become the most preferred banking partner in supporting our client's sustainability projects and strategies. ING's focus in Bulgaria is to facilitate and finance society's shift to sustainability and contribute to progress – environmental, social and economic.

I enjoy being part of what we do and leading the change for ING, I am having good time at work and personally. I am lucky to live it Bulgaria and explore its beauty. 🇧🇬

Пощенска банка стана „Работодател на годината“

За втора поредна година финансовата институция спечели голямата награда в престижното състезание за Employer branding у нас

For the second consecutive year, the financial institution won the big award at the prestigious Employer Branding competition in Bulgaria

Postbank Became Employer of the Year

За втора поредна година Пощенска банка получи голямата награда „Работодател на годината“ от престижния конкурс за Employer branding у нас, организиран от авторитетна бизнес медия. Отличieto е за цялостната стратегия на финансовата институция за изграждане на работодателска марка с перспектива за успешно привличане, управление и задържане на таланти. Тя включва различни дейности за управление, подобряване



For the second consecutive year, Postbank received the Employer of the Year award from the prestigious Employer Branding competition in Bulgaria, organized by an authoritative business media. The award is for the overall strategy of the financial institution to build an employer brand with the prospect of successfully attracting, managing and retaining talents. It includes a variety of activities with regard

на работната среда, възможности за професионално развитие и ангажиране на служителите в проекти и кампании в подкрепа на обществото и за подобряване състоянието на околната среда.

„Щастливи сме, че нашите постоянни усилия да създадем вътрешна култура на доверие, уважение, креативност и иновативно мислене с всички наши дейности в програмата ни за employer branding бяха оценени високо. Да получиш най-голямото отличие за втора поредна година, в най-оспорваната категория и сред повече от 20 силни участници е голяма чест, отговорност и признание за работата на целия ни екип. Наградата е и доказателство, че продължаваме успешно да се развиваме и да сме сред най-добрите места за работа у нас“, коментираха от Пощенска банка. (1)

to management, improving the work environment, career opportunities, and engaging employees in projects and campaigns in support of the society and for improving the environment.

“We are delighted that our continuous efforts to create an internal culture of trust, respect, creativity and innovative thinking with all of our activities in our employer branding program have been highly appreciated. To receive the highest award for the second consecutive year, in the most contested category and among more than 20 strong participants, is a great honour, responsibility and recognition for the work of our entire team. The award is also a proof that we continue to develop successfully and to be among the best places to work in our country,” commented the team of Postbank. (1)

Пощенска банка е сред лидерите на банковия пазар в България от създаването си преди 27 години. Институцията е водещ фактор в нововъведенията и формирането на тенденциите в банковия сектор през последните години и многократно е награждавана за своите иновации. Пощенска банка заема стратегическо място в банкирането на дребно и корпоративното банкиране в България, с една от най-добре развитите клонови мрежи и модерни алтернативни канали за банкиране.

Postbank has been among the leaders on the banking market in Bulgaria since its foundation 27 years ago. The institution has been a leading factor for innovations and the formation of trends in the banking sector in recent years and has been rewarded for its novelties many times. Postbank takes a strategic position in retail and corporate banking in Bulgaria, having one of the best-developed branch networks and modern alternative banking channels.



**NAVIGATION
MARITIME
BULGARE**

www.navbul.com

КОРАБОПЛАВАНЕ С ТРАДИЦИИ ОТ ВЕКОВЕ

**НАДЕЖДЕН
ПАРТНЬОР**

**B Û L G A R I Y A
B U L G A R I A**

**В МОРСКИЯ
ТРАНСПОРТ!**



Галина Софрониева, директор „Човешки ресурси“ във ВиВаком:

Всяка година повишаваме нивото на ангажираност на служителите

Galina Sofronieva, HR Director at Vivacom:

Every Year, We Manage to Increase the Level of Engagement of Our Employees

Г-жо Софрониева, ВиВаком спечели няколко значими награди в сферата на човешките ресурси в последния месец. Сред тях беше и за работодателска марка или employer branding. Какво е важно, за да бъде една компания предпочитан работодател в тази конкурентна сфера на технологиите?

- От ключово значение за всяка една компания е да предвижда тенденциите, да изследва нагласите, очакванията и изискванията на настоящите и потенциални служители и на тази основа да разработва политика и стратегия по управление на човешки ресурси. Работодателската марка включва целия набор от политики, процедури, проекти и инициативи за привличане, развитие и обучение на служителите, управление на представянето, възнаграждения и придобивки, подобряване на работната среда, както и политики и инициативи в подкрепа развитието на обществото.

И за да бъде една компания идентифицирана като предпочитан работодател, тя трябва изпреварващо да адаптира политиката си съобразно очакваните промени в пазарните условия, да разнообразява подходите, да развива и прилага иновативни и атрактивни програми и проекти.

- Наградата ви конкретно беше за иновативен подход в привличането на нови служители. Как подбирате най-добрите кандидати за дадена позиция?

- Подборът не започва от момента на публикуване на обява и набиране на кандидати, а дълго преди това – преди още потенциалният кандидат да се е замислил дори да стане част от организацията. Това се случва чрез постоянно популяризиране на инициативите ни, чрез активна външна и вътрешна комуникация за предимствата на компанията като работодател и социалноотговорната ѝ роля в обществото.

За да привлечем качествени кандидати, залагаме на разнообразяване и разширяване каналите за привличане, използване на съвременни дигитални решения, адаптиране на посланията спрямо целевата аудитория и улесняване начините на кандидатстване.

- А какво прави компанията, за да ги задържи?

- Разработваме и внедряваме множество програми за задържане, развитие, обучение и запазване на експертното знание в компанията, съобразени със спецификите на дейността на различните екипи. Ежегодно стартираме нови придобивки, награждаме системите за оценка, подобряваме условията на работната среда, разширяваме възможностите за гъвкави форми на заетост – непълно

Mrs. Sofronieva, Vivacom has won several major awards in the field of human resources in the last month. Among them was also one for an Employer brand or Employer branding.

What is important for a company to be a preferred employer in this competitive area of technology?

- It is crucial for each company to anticipate trends, explore the attitudes, expectations and requirements of current and potential employees, and based on that, to develop a policy and strategy on human resource management. The Employer brand includes the entire set of policies, procedures, projects and initiatives to attract, develop and train employees, performance management, remuneration and benefits, improving the work environment, and policies and initiatives to support corporate social responsibility.

And for a company to be identified as a preferred employer, it needs to adapt its policy in advance, in order to anticipate changes in market conditions, to diversify approaches, to develop and implement innovative and attractive programs and projects.

- Your award was specifically for an innovative approach to attracting new employees. How do you select the best candidates for a position?

- The selection does not start from the moment of posting a job ad and proceeding with the recruitment process, but long before that - before the potential candidate even thought about joining the organization. This happens through the constant promotion of our initiatives through active external and internal communication about the company's benefits as an employer and its social responsibility and role in society.

In order to attract quality candidates, we are committed to diversifying and expanding the channels of attracting potential employees, using modern digital solutions, adapting messages to target audiences, and facilitating the applications.

- And what does the company do to keep them?

- We develop and implement many programs for the retention, development, training and preservation of the expert knowledge in the company, tailored to the specifics of the activities of the different teams. Every year we start new acquisitions, build on evaluation systems, improve working environment conditions, expand the possibilities for flexible forms of employment – part-time, flexible



работно време, гъвкаво работно време и работа от разстояние.

- Темата не просто за задържане на служителите, а за повишаване на тяхната ангажираност с целите на компанията става все по-популярна. Мерите ли нивото на ангажираност във Виваком и как успявате да мотивирате хората в една толкова голяма компания с над 5000 души с различни интереси, образование и занимания?

- През 2018 г. беше проведено четвъртото поред проучване на ангажираността на служителите. На база резултатите и споделените коментари и предложения от служителите идентифицираме приоритетни области и предприемаме съответните мерки за подобрене. Освен общите инициативи на ниво компания, внедряваме и специфични проекти за мотивиране на служителите в отделните дирекции и екипи, отново на база резултатите по различни сечения – демографска структура, стаж в организацията, позиции и изпълнявани функции.

От първото проучване досега отчитаме ежегодно повишаване нивото на ангажираност. Това свидетелства, че усилията и решенията ни са насочени в правилната посока, както и че сме успели да постигнем ефективен диалог със служителите. ☺

working hours and working from a distance.

- The topic of not just retaining employees but increasing their engagement with the company's goals is becoming more and more popular. Do you measure the level of engagement in Vivacom and how do you motivate people in such a large company with over 5,000 employees with different interests, education and occupations?

- In 2018, we conducted the fourth consecutive survey on employee engagement. Based on the results and the shared comments and suggestions from the employees, we identify priority areas and take appropriate measures for improvement. In addition to common company-level initiatives, we also implement specific projects to motivate employees in individual departments and teams, again on the basis of the results of different sections – demographic structure, experience in the organization, positions and functions performed.

Since the first study, each year we have been recording an increase in engagement. This shows that our efforts and decisions are focused in the right direction, and that we have been able to achieve effective dialogue with our employees. ☺

Бизнес от майки за майки

Онлайн средата отвори нови възможности за развитие на предприемачество в тази ниша

The online environment has provided new opportunities for development of entrepreneurship in this niche

Business from Mothers for Mothers

Мая Цанева  Maya Tsaneva

Какво искат майките?“ е въпрос, чиито отговор струва поне един милион долара. Вероятно дори и повече, ако се доверим на статистиките за високия ръст на пазара на бебешки и детски стоки и услуги за родители.

Според данни от INKwoodResearch от 2016 г. той се очаква да нараства с 4,7 % на годишна база в периода 2017-2025 г. Според проучване на Grand View Research, Inc. увеличението е дори 5,5% с перспективата печалбите от този пазар да достигнат 16.78 млрд. долара през 2025-а. Супермаркетите, дрогерите и аптеките са основните канали за дистрибуция на стоките на първите четири компании в сектора, но интернет културата, е-търговията и иновациите променят пазара. В него движеща-


What do mothers want?“ is a question whose answer is worth at least one million dollars. Probably even more, if we trust the statistics on the high growth of the market for baby and children's goods and services for parents.

According to INKwoodResearch data from 2016, this market is expected to expand by 4.7% annually in the period 2017-2025. According to a research of Grand View Research, Inc., the increase is even 5.5% with the prospect of profits from this market to reach USD 16.78 billion in 2025. Supermarkets, drugstores and pharmacies are the main channels for distribution of goods of the top four companies in the sector, but the Internet culture, e-commerce and innovation are changing the market. There, the driving force is the parents who are representatives of the Millennial generation (born between 1981 and 2000). They are active online users of information and commerce, they want to live green, despite the urbanization and easily adopt innovations that can enable them to be more mobile and successful as parents and as professionals. They have significant requirements to the products and services related to children and spend more on the family. Last but not least, they are in constant search for something new or a long forgotten old one because the familiar patterns of parenthood are exhausted.

I met the founders of four Bulgarian businesses set up by and for mothers in order to find out how they know what their consumers want, how their



Ива Дянкoва / Iva Dyankova

Красимир Сврякоб  Krasimir Svrakov



Кристи Станков © KIM Stankov

Красимира Хаджииванова и Елисавета Белобрадова / Krasimira Hadzhiivanova and Elisaveta Belobradova

та сила са родителите, представители на поколението Милениум (родените между 1981 и 2000 г.). Те са активни онлайн потребители на информация и търговия, искат да живеят „зелено“ въпреки урбанизацията и възприемат с лекота иновации, които да им позволят да са по-мобилни и успешни като родители и като професионалисти. Те имат сериозни изисквания към продуктите и услугите, свързани с малчуганите, харчат повече за семейството. Не на последно място - те са в непрестанно търсене на нещо ново или добре забравено старо, защото познатите модели на родителство се изчерпват.

Срещнах се с основателките на четири български бизнеса, създадени от и за майки, за да разбере как те откриват какво искат техните потребители, как развиват компаниите си и каква е конкуренцията.

Красимира Хаджииванова и Елисавета Белобрадова основаха медианата платформа „Майко мила!“ преди около 3 години. Тя бе първата в информационната ниша на онлайн медиите, които говорят на езика на майките, „без да се размахва пръст“. Поддържат общност от около 82 000 души, издадоха две книги, утвърдиха се като лидери на мнение, посланици са на продукти, бизнес и социални кампании. Устойчиво развиват и платформата „Оле мале“ в полза на майките с деца с увреждания.

Деница Господинова и Цветелина Даскалова създадоха един от първите в България сайтове за места и събития за деца „София играе“. Архитекти по образование, но и майки в София, те развиват медия – информационен портал за предложения, събития, курсове и дейности за деца, в която бизнеси, свързани с децата, представят своите инициативи.

Христина Лисник е вероятно една от най-познатите инфлуенсъри, свързани в развитието на т.нар. „привързано родителство“. Тя създаде библиотеката за отдаване под наем на слингове „Слинготека“ преди 2 години. Дава консултации по темата за бебеносенето и грижата за

companies are developing and what is their competition.

Krasimira Hadzhiivanova and Elisaveta Belobradova founded the “Mayko Mila!” media platform about 3 years ago. It was the first in the information niche of the online media that speaks the tongue of the mothers “without shaking a finger.” They support a community of about 82,000 people, they have published two books, they have established themselves as leaders of opinion and are ambassadors of products, business and social campaigns. They also develop sustainably the “Ole Male” platform in favour of mothers of children with disabilities.

Denitsa Gospodinova and Tsvetelina Daskalova created one of the first sites in Bulgaria for places and events for children – “Sofia Igrae” (Sofia plays). Architects by education, but also mothers in Sofia, they have developed a media – information portal for suggestions, events, courses and activities for children, where children-related businesses present their initiatives.

Hristina Lisnik is probably one of the most well-known influencers, involved in the development of the so-called “Attachment Parenting.” She created a library for renting slings, “Slingoteka” (Sligrary), 2 years ago. She gives advice on the topic of baby-wearing and baby care for future mothers; she is an ambassador of different brands and social causes.

Iva Dyankova is the owner of one of the two Bulgarian online platforms for baby and children's goods rental – “Babyrental”. She started her project three years ago and has helped many parents, including foreign tourists, to travel with less baggage.

All four projects are first of their kind and are created because of the immediate need of the mothers who stand behind them.

“When we made “Mayko Mila!”, the niche of the online media for parents was empty and was waiting for someone

бебето на бъдещи майки, посланик е на различни брандове и социални каузи.

Ива Дянкова е собственик на една от двете български онлайн платформи за отдаване под наем на бебешки и детски стоки - Babyrental. Тя стартира проекта си преди 3 години и помага на много родители, включително чуждестранни туристи, да пътуват с по-малко багаж.

И четирите проекта са първи посвоему и са създадени поради непосредствената нужда на майките, които стоят зад тях.

„Когато направихме „Майко мила!“, нишата на онлайн медиите за родители зееше празна и чакаше да се появи някой, който да пише по темата с чувство за хумор, с фокус върху майката, без да я укорява“, казва Красимира.

Дени допълва, че тя и Цвети са били водени от собствените си нужди като майки да намерят на едно място в интернет всички места и събития за деца. „Нямахме бизнес план. Мисля, че ако бяхме отделили прекалено много време и усилия в маркетингови проучвания и стратегии, изобщо нямаше да създадем сайта“.

Ива проучва опита на платформи на отдаване на стоки за деца в САЩ, за да създаде своя бизнес. Тя се опира на своите потребности като майка на близнаци. Христина споделя своята „любов към бебеносенето и така кръгът се разширяваше все повече и повече“.

При бизнеса „от майки за майки“ онлайн сферата вероятно е най-подходящата, но и най-трудната за развитие на предприемачество. Социалните мрежи и комуникациите предимно чрез телефон и съобщения пестят от времето на всички, но и изборът на потребителя е по-затруднен заради силната конкуренция. Отговорът на въпроса „Какво искат майките?“ може и да бъде: „Най-доброто за децата си“, но не е пълен. „Всеки родител има достъп до интернет, съответно до информация, което му дава представа какво се случва във и извън България. Много хора имат близки в чужбина, които им споделят какви услуги, стоки, забавления за деца могат да се открият и така се поражда търсенето и оттам - предлагането“, казва Ива. Но „при всякакви източници на стоки, услуги и информация човек трябва да може да отсява истински нужното и полезно“, допълва Красимира.

Дени, която работи както с крайни потребители – родители, така и с бизнеси, партньори и рекламодатели, казва, че са изпращали директни писма до различни бизнеси, в които питали: „От какво имате нужда? Как можем да помогнем на вашия бизнес?“. „До голяма степен това, което предлагаме като бизнес услуга, се дължи на предложения, въпроси и коментари от страна на хората, с които работим. Така се оказа, че продаваме на „таргетирана аудитория“, а рекламодателите имат голям интерес към нея. Но процесът винаги е тристранен – читателите, ние, рекламодателите. Забравим ли първите, не се ли отнасяме към тях с уважение и разбиране, ще изгубим и третите“.

Красимира допълва, че спецификата на съдържанието и начинът, по който го поднасят в онлайн медиата, са ключовото им предимство при работа с рекламодатели. С бизнес партньори се свързват „на идейно ниво – с отговорни както към бизнеса и себе си, така и към клиентите/аудиторията си“.

Христина допълва, че става лице на бранд само след като самата тя, като майка, му се е доверила. При нея доверието е от особено значение, защото при около 80% от поръчките, които обработва, клиентите идват по препоръка. „За 2 години имам десетки събития, над 500



Красимир Свракџев | Красимир Свракџев

Деница Господинова (вдясно) и Цвети Даскалова

Denitsa Gospodinova (right) and Tsveti Daskalova

to appear and write on the topic with a sense of humour, and focus on the mother without reproaching her,” Krasimira says.

Deni adds that Tsveti and she have been driven by their own needs as mothers to find all places and events for children in one place on the Internet. “We did not have a business plan. I think that if we had spent too much time and effort in marketing research and strategies, we would not have created the site at all.”

Iva learnt from the experience of platforms for children’s goods rental in the United States how to create her own business. She based it on her needs as a mother of twins. Hristina shared her “love for baby-wearing and so the circle was expanding more and more.”

In the “from mothers for mothers” business, the online space is probably the most appropriate but also the most difficult for development of entrepreneurship. Social networks and communications, mostly by telephone and messages, save everyone’s time, but the choice of the user is also more difficult because of the strong competition. The answer to the question, “What do mothers want?” may be “the best for their children” but it is not complete. “Every parent has access to the Internet, respectively to information that gives them an idea of what is happening in and outside of Bulgaria. Many people have relatives abroad who share what services, goods and entertainment for children can be found there, so a demand is created, and from there – the

индивидуални консултации само в София“, допълва тя.

За нея, както и за другите ми събеседнички, бизнесът неизбежно е обвързан и със социална мисия, защото е насочен към най-уязвимите – децата. Тя дава безплатни консултации на родители на недоносени деца или в затруднено положение.

Красимира разказва, че социалната кауза „Оле мале“ кореспондира изцяло на философията на бизнес проекта им – да дава увереност на жените. „Социалните ангажменти помагат много на бизнеса, дори да няма непосредствена финансова възвръщаемост“, допълва Дени. Основните ползи са достъп до по-големи рекламодатели и международни бизнес партньори, по-добър имидж и доверие сред крайните потребители.

А те, крайните потребители, понякога изглеждат „презаговорени“, казва Ива. Има от всичко и все пак въпросът „От какво още имат нужда майките?“ остава открит. „Всяка майка знае кои са празните пазарни ниши, просто трябва да попита себе си: „От какво имам нужда аз?“ И после е въпрос на организация“, казва Дени. Ива има нужда от онлайн платформа, насочена към пътуващи родители, в която да рекламира. Красимира отговаря полусериозно: „Майките имат нужда да заминат на ваканция, без да ги гризе вина, че бащата е останал да гледа детето за четири дни. Или поне това ни се иска“. (1)

supply,” Iva says. But “with all sources of goods, services and information, one has to be able to sift through what is really needed and useful,” Krasimira adds.

Deni, who works with both end-users – parents, and businesses, partners and advertisers, says that they have sent direct mails to different businesses asking: “What do you need? How can we help your business?” “To a great extent, what we offer as a business service is based on suggestions, questions and comments from the people we work with. So, it turned out we are selling to a targeted audience, and advertisers have a great interest in it. But the process always includes three parties – the readers, us and the advertisers. If we forget the first ones, if we do not treat them with respect and understanding, we will lose the third ones.”

Krasimira adds that the specifics of the content and the way they present it on the online media are their key advantages when dealing with advertisers. The connection with their business partners happens “on a conceptual level – with responsibility both to the business and themselves and to their clients/audience.”

Hristina adds that she would become a face of a brand, only after she, as a mother, has trust in it. For her, trust is particularly important because in about 80% of the orders she processes, the clients come on a recommendation. “For 2 years, I have had dozens of events and more than 500 individual consultations only in Sofia,” she adds.

For her, as well as for my other interlocutors, their business is inevitably bound to a social mission because it is targeted at the most vulnerable – the children. She provides free counselling for parents of pre-term babies or parents in a difficult situation.

Krasimira says that the social cause “Ole Male” fully corresponds to the philosophy of their business project – to give women confidence. “Social engagements help the business a lot, even if there is no immediate financial return,” Deni adds. The main benefits are the access to larger advertisers and international business partners, better image and trust among end users.

And they, the end-users, sometimes seem over-satisfied,” Iva says. There is everything, yet the question, “What do mothers still need?” remains open. “Every mother knows what the empty market niches are; she just has to ask herself: ‘What do I need?’” And then, it’s a matter of organization,” Deni says. Iva needs an online platform targeted at travelling parents to advertise. Krasimira responds almost seriously: “Mothers need to go on a vacation without blaming themselves that the father has remained at home to look after the child for four days. Or at least that’s what we want.” (2)

Христина Лисник / Hristina Lisnik





Борис Павлов планира значително разширяване на бизнеса си

Boris Pavlov plans to significantly expand his business

Flat Manager

Борис Павлов създава бизнеса си заради малка грешка,
а сега е готов да го разшири извън България

помага имотът
да работи за вас

Helps for Your Property to Work for You

*Boris Pavlov founded his business due to a small mistake,
and now, he is ready to expand it outside of Bulgaria*

Вероника Тонева



Veronika Toneva

Ако ви се случи да сте в чужда страна и заради едно недоглеждане в договор да трябва да плащате няколко месеца наем, без да живеете там, какво бихте направили? Е, младият предприемач Борис Павлов е успял да превърне грешката си в успешен бизнес с отдаване на имоти у нас. Той е амбициозен, учил и работил във Франция, Ню Йорк и Лондон. След като 10 години пребивава извън страната, трупа опит в сферата на инвестиционното банкиране и стига дори до Уолстрийт, решава да замени динамиката на пазарите и да се прибере в България, за да развие своя бизнес идея. Той е убеден, че страната има потенциал за нови начинания. Единственото нещо, което го спира обаче, е, че не е погледнал достатъчно добре договора си за наем на жилище в Лондон и заради тази грешка ще трябва да плаща пет месеца, без да живее там. Тогава на помощ му идва компанията от Острова, която му предлага да се грижи за имота му и да го отдава чрез онлайн платформата Airbnb, докато него го няма. Така освен че не губи пари, успява и да спечели една нова за българския пазар бизнес идея.

След като наблюдава какво компанията прави добре и къде има още какво да се желае, Боби решава да зареже първоначалното си начинание и да стартира подобна услуга у нас. „От гледна точка на потребител видях, че услугата е доста полезна, а такава в България няма“, споделя той. И така на 5 януари 2017 г. дава старт на фирмата Flat Manager. Тя се занимава с отдаване на имоти през платформи като Airbnb, Booking, Expedia, а предимствата ѝ са, че клиентите изкарват повече пари и имат свободата да използват апартамента си когато поискат. Боби сам прави сайта си и разказва на всички за идеята за отдаване на имоти през Airbnb.

Много често, когато решим да пуснем апартамент си краткосрочно под наем, трябва да се въоръжим с търпение и да бъдем на разположение по всяко време на гостите ни. Това означава да стоим 24 часа на телефона, за да помогнем на някой изгубил се турист или да обясним в кой точно шкаф са хавлиците за ръце. При Flat Manager обаче собственикът няма никакви грижи.

If you happen to be in a foreign country and because of an oversight in a contract you have to pay rent for a few months without living in the property, what would you do?

Well, the young entrepreneur Boris Pavlov has managed to turn his mistake into a successful property renting business in Bulgaria. He is ambitious, he has studied and worked in France, New York and London. After 10 years of living abroad, he gained experience in the field of investment banking and got even to Wall Street. He decided to replace the dynamics of the markets and go back to Bulgaria to develop his business idea. He is convinced that Bulgaria has the potential for new ventures. The only thing that was stopping him, however, was that he had not paid enough attention to his lease contract for an accommodation in London, and because of this mistake, he had to pay for five months without living there. But a company from the island came to the rescue and offered him to take care of his property and rent it through the online platform Airbnb while he was away. Thus, besides not losing money, he succeeded in winning a new business idea for the Bulgarian market.

After he observed what the company was doing well and what were the things that had to be improved, Bobby decided to abandon his first venture and start a similar service in Bulgaria. "From a user's point of view, I saw that the service was quite useful and there was no such a service in Bulgaria," he says. And so, on 5th January 2017, he started the company Flat Manager. It deals with property leasing through platforms such as Airbnb, Booking, Expedia, and its advantages are that the clients earn more money and have the freedom to use their apartment whenever they want. Bobby himself developed the site on his own and told everyone about the idea of letting properties through Airbnb.

Very often, when we decide to rent out our apartment for a short period of time, we need to be armed with patience and be available to our guests at any time. This means staying 24 hours on the phone to help a lost tourist or explain in which drawer the hand towels are exactly. With Flat Manager, however, the owner has no worries. The company takes care of the full service of the clients, the profiles of

Компанията се занимава с пълното обслужване на клиентите, с профили- те на апартаментта в платформите за наем, с почистването и с отда- ването му отново. За услугата Flat Manager взима 18% комисиона от ге- нерирания доход.

Боби разказва, че през първите ме- сеци работата е била 24/7 и рядко му оставало време за почивка. Та дори и до днес. Но за да развиеш успешно идеята си, трябва да си отдаден на 100%. И така от уста на уста идват първите клиенти в края на февруари 2017 г., а през март са налице и пър- вите гости. Днес екипът на Борис на- броява 15 души. Те се грижат за малко над 100 индивидуални апартаментта и 3 бутикови хотела в София и Варна. Определят като най-важна за един подходящ за компанията апартамент локацията. Той трябва да се намира в центъра на града, а партерен етаж е за предпочитане. Екипът на компани- ята се грижи и за цялостния престой на посетителите в България. „Насоч- ваме ги към места, предлагаме им подходящи екскурзии и те виждат, че страната има какво да предложи като туристическа дестинация“, категори- чен е собственикът на Flat Manager.

Освен със служителите на пълно работно време, Flat Manager работи и с три компании за почистване. Те са дигитализирани до голяма степен и във всеки един момент компанията може да проследи на какъв етап е почистването на апартаментта и кога е готов за следващия наемател. Това е и другият плюс на услугата – не се губи време, ако собственикът не може сам да се погрижи за подготов- ката на имота си.

„От гледна точка на обзавеждане трябва да има нещо, което да отлича- ва апартаментта от всички останали - да има тема, да има готин дизайн, да има страхотна тераса или нещо, което да е акцентът на този апар- тамент“, споделя предприемачът и допълва, че целият маркетинг ими- дж на имота се изгражда около него. Политика на компанията е ако един апартамент може да изкарва повече пари на дългосрочен наем, да не се отдава през Flat Manager.

„Например един луксозен апартамент на Докторски паметник в София най-вероятно ще изкарва повече пари, ако бъде отдаден дългосрочно“, уточнява той. Според него в последно време клиентите все повече се доверя- ват на подобна услуга, особено заради популярността на Airbnb. За това сочат и данните, че между 2017 и 2018 г. броят на имоти в София, които се отдават през плат- формата, е нараснал почти двойно - от 900 до 1700 апар- таментта, като в момента продължава да расте. Спо- ред Боби няма зависимост между цените на имотите в



Част от екипа на Flat Manager

Part of the Flat Manager Team

the apartments in the rental platforms, the cleaning and re- renting. The Flat Manager service takes 18% commission on the generated income.

Bobby says that during the first months, the job was 24/7 and he rarely had time to rest. And it is the same even today. But in order to successfully develop your idea, you have to devote yourself to it 100%. And thus, by word of mouth, the first clients came at the end of February 2017, and in March, the first guests appeared. Today, Boris's team includes 15 people. They take care of a little over 100 individual apartments and 3 boutique hotels in Sofia and Varna. They define the location as the most important for an apartment,



Красимир Сърпачов Instagram Krasimir Svrakov

платформата и тези на наемите в София. Интересно е, че по света наемите през Airbnb гържат едни и същи нива, без промяна през годините.

В бъдеще плановете на Боби включват разрастване на компанията в чужбина. „Вече стартираме компанията на франчайз в Букурещ. След това започваме с още 3 града в Европа – Милано, Берлин и още един, който все още не е ясен, където до края на юли месец ще приложим нашата програма. Планът ни за 5 години е да включим около 300 града в компанията“, разкрива имотният предприемач. За целта обаче е нужно финансиране от 600 хил. евро, което ще бъде набрано чрез български фондове и бизнес ангели. (1)

suitable for the company. It has to be located in the city centre, and the ground floor is preferable. The team of the company also takes care for the overall stay of the visitors in Bulgaria. “We guide them to places, we offer them appropriate trips and they see that the country has much to offer as a tourist destination,” claims the owner of Flat Manager.

In addition to the full-time employees, Flat Manager also works with three cleaning companies. They are digitized to a great extent and at any moment, the company can track the stage of cleaning of the apartment and when it is ready for its next tenant. This is another advantage of the service – no time is wasted if the owner cannot take care for the preparation of their property.

“In terms of furnishing, there should be something that distinguishes the apartment from all the others – a theme, a cool design, a great terrace or something that could be the accent of this apartment,” says the entrepreneur, adding that the entire marketing image of the property is built around it. A company’s policy is that if an apartment can make more money on a long-term rent, it should not to be rented through Flat Manager.

“For example, a luxury apartment at the Doctor’s Memorial in Sofia will most likely make more money if it is rented for a long period of time,” he says. According to him, lately, clients rely more and more on such a service, especially because of the popularity of Airbnb. This is also evident by the data showing that between 2017 and 2018, the number of properties in Sofia that were rented through the platform had almost doubled from 900 to 1,700 apartments, and it is still growing. According to Bobby, there is no correlation between property

prices on the platform and rents in Sofia. An interesting fact is that around the world, renting through Airbnb has had the same levels over the years.

In the future, Bobby’s plans include expanding the company abroad. “We already have a franchise office in Bucharest. Later, we will have ones in three more cities in Europe – Milan, Berlin and another one that is not yet firmly set, where we will apply our program by the end of July. Our 5-year plan is to include about 300 cities in the company,” says the property entrepreneur. To do this, however, a funding of EUR 600,000 is needed, which will be raised through Bulgarian funds and business angels. (2)

Бизнес на едно ухо разстояние

Business at an Ear Distance

Кои са „белите лястовици“ на българските подкасти

Which are the “white swallows” of Bulgarian podcasts

Мая Цанева  Maya Tsaneva

Българските подкасти търсят баланса между качествено съдържание, възможности за реклама и дарения. Има ниша за бизнес подкасти, насочени към основната таргет група на медиата като цяло – сериозни, заети, икономически активни хора, които оптимизират времето си.

Наскоро си говорих с приятел, който каза, че е заменил завинаги телевизора с аудиобиблиотека с книги за развлечение, бизнес, лекции, дори архив с любими сериали „на ушенце“. Неговата страст са подкастите, които го „срещат“ с интересни хора по-успешно, отколкото личната или служебната комуникация.

Подкастът е записан онлайн разговор за споделяне или „дигитален аудиофайл, който е наличен в интернет за сваляне“. Най-популярните жанрове в подкастите са общество и култура, новини и политика, бизнес и комедия, здраве. Според данни на Edison Research Infinite Dial 2018 от март 2018 г. има 550 000 подкаста с 18,5 млн. епизода на платформата на Apple. Общо тяхната бройка на всички платформи е около 660 000. По данни на Nielsen от 2018 г. 44% от американците слушат онлайн шоутата. 68% от тях са с колежанско или висше образование.

„Потреблението на медиите се промени драматично както поради технологиите, така и заради нуждите на хората. Употребата на мобилни устройства като първи или единствен екран в съчетание с търсенето на нови форми на съдържание оспорват мита за това колко за кратко можем да задържим вниманието си. Подкастите са все още в ранен етап на развитие, но тепърва ще оказват влияние в маркетинга“, казва Том Уебстър от агенцията за маркетингови проучвания Edison.

Събрах трима от най-популярните български подкастъри, които търсят или знаят как се постига баланс между качествено съдържание и постигането на бизнес цели в медиата, която поддържат.

„Говори Интернет“ има най-дълга история от трите меди. Еленко Еленков и Владимир Петков се определят като „технолози и медиа-маниаци“. Стартират първия си подкаст през 2017 г. През 2018-а съпроизведоха още един проект – „Транзистор“, а тази година планират още два тематични. Развиват медиите чрез лични инвестиции и чрез дарения от над 100 души в платформата Patreon. „Говори интернет“ има 2-3 рекламни блока от по 1 минута в подкаст от 2 часа.

„Свърхчовекът с Георги Ненов“ съществува от около 2 години с цел „да покаже, че има „бели лястовици“ – хора, които правят нещата, които обичат, и са успеш-

Вulgarian podcasts try to find balance between quality content, advertising opportunities and donations. There is a niche for business podcasts targeting the main target group of this media in general – serious, busy, economically active people who optimize their time.

I recently spoke with a friend who said he had forever replaced the TV with an audio library with books for entertainment, business, lectures, and even an archive of favourite series for “your ears”. His passion is podcasts that “meet” him with interesting people more successfully than personal or business communication.

The podcast is a recorded conversation shared online, or a “digital audio file available on the Internet for download”. The most popular genres of podcasts are society and culture, news and politics, business and comedy, health. According to Edison Research Infinite Dial 2018 from March 2018, there are 550,000 podcasts with 18, 5 million episodes on the Apple platform. Their total number on all platforms is about 660,000. According to Nielsen data from 2018, 44% of Americans listen to online shows. 68% of them have college or higher education.

“Media consumption has changed dramatically, both because of technology and the needs of people. The use of mobile devices as a first or single screen combined with the search for new forms of content, challenges the myth of how shortly we can focus our attention. Podcasts are still in an early stage of development but are yet to have an impact on marketing,” says Tom Webster from the Edison Marketing Research agency.

I have gathered together three of the most popular Bulgarian podcasters who are trying to or know how to balance the quality content with the achievement of business goals in the media they support.

“The Internet Speaks” has the longest history of the three media. Elenko Elenkov and Vladimir Petkov describe themselves as “technologists and media-maniacs”. They started their first podcast in 2017. In 2018, they co-produced another project – “Transistor”, and this year, they plan on doing two more thematic projects. They develop the media through personal investment and donations of more than 100 people in the Patreon platform. “This is Internet Speaking” has 2-3 advertising blocks of 1 minute in a podcast of 2 hours.

“The Superhuman with Georgi Nenov” has been in existence for about two years with the purpose of “showing





Яна Лозева | Яна Лозева

Еленко Еленков и Владимир Петков / Elenko Elenkov and Vladimir Petkov

ни в това“, казва Георги. Той има 123 епизода и над 1000 последователи. В края на миналата година стартира кампания в платформата Patreon и привлече първите 50 дарения. Подкастът има партньорства за отстъпка за книгите, които събеседниците препоръчват в разговора.

„Ние сме Силвина, Хелиана, Горица и аз, Жюстин. Стартирахме подкаста „Създателите - дигиталните оптимисти на България“, за да разказваме за успешните хора и проекти в света на онлайн индустриите. Целта ни е да насърчим дигиталното предприемачество“, казва Жюстин. Проектът не е с комерсиална цел и включва сайт, блог, профили в социалните мрежи, планове за книга.

„Подкастът е все по-разрастващ се рекламен канал, в който брандовете търсят вниманието на слушателите. За разлика от уеб рекламата, при подкаста рекламите са „естествени“. Те се четат от авторите на съдържанието и слушателите са настроени да ги чуят с цялото си внимание. Пример за това, че има бизнес в подкастите, е, че стрийминг платформата Spotify купи мрежата от подкасти Gimlet за 500 млн. долара“, казва Еленко Еленков от „Говори Интернет“.

Георги го допълва с още предимство на медията: „Същественото предимство на подкаста пред масовите меди е способността да избереш дали искаш, или не искаш да слушаш конкретен епизод, гост, момент от това предаване. В подкастите няма цензура, има марки, реклами и т.н. Разбира се, това може да бъде използвано и с недобри намерения. Хубаво е да сме наясно с това – и като слушатели, и като създатели“.

Но „в повечето български подкасти няма реклама“, допълва Жюстин. Монетаризацията на проектите идва най-вече от донорство, защото то позволява на медията да създава най-вече съдържание. „Има много хора, които търсят интересно и качествено съдържание в нови форми, защото вече нямат доверие в традиционните или са уморени от тях“, пояснява тя.

that there are “white swallows” – people who do the things they love and are successful in,” says Georgi. He has 123 episodes and over 1,000 followers. At the end of last year, he launched a campaign in the Patreon platform and attracted the first 50 donations. The podcast has partnerships for price reduction of the books that the interlocutors recommend in the conversation.

“We are Silvina, Heliana, Goritsa and I, Justine. We launched the podcast “The Creators – the Digital Optimists of Bulgaria” to tell about successful people and projects in the world of online industries. Our goal is to encourage digital entrepreneurship,” Justine says. The project is not for commercial purposes and includes a site, blog, social network profiles, and plans for a book.

“The podcast is an ever-increasing advertising channel through which brands are looking for listeners’ attention. Unlike web advertising, the ads in podcasts are “natural”. They are read by the authors of the content, and the listeners are inclined to listen to them with all their attention. An example of the fact that there is business in podcasts is that the Spotify streaming platform bought the Gimlet podcast network for USD 500 million,” says Elenko Elenkov from “The Internet Speaks”.

Georgi adds more to the advantages of this kind of media: “The most significant advantage of podcasts over mass media is the ability to choose whether or not you want to listen to a specific episode, a guest, or a moment of this show. There are no censors in the podcasts; there are brands, ads, etc. Of course, this can also be used with bad intentions. It is good to be aware of this – both as listeners and as creators.”

But “in most Bulgarian podcasts there are no ads”, Justine adds. The monetization of projects comes mostly from donations, because it allows the media to focus mostly on the content. “There are many people who are looking for interesting and quality content in new forms because they



Георги Ненов / Georgi Nenov

Георги Ненов / Georgi Nenov

Георги Ненов допълва, че във всяко нещо, където има отгадена аудитория, има бизнес. Според него подкастите и видеосъдържанието са бъдещето. „Въпросът е дали можеш да създадеш бизнес модел, който да работи. „Последователи = Бизнес“, уточнява той.

Според Жюстин има ниша за бизнес подкасти на български език, насочени към основната таргет група на медията като цяло - сериозни, заети, икономически активни хора, които оптимизират времето си. „Нас ни слушат близо 2000 души на седмица, при това с висок социален профил. Не сме инвестирали в продажби, бизнес партньорите сами ни намират“, допълва Еленко. Технологичните и иновативни фирми са първите, които се обръщат към „Говори Интернет“, за да развият работодателската си марка. „Ако се прави подкаст за конкретен бизнес, той трябва да е насочен към най-централната аудитория. Представете си го като радиопредаване на дадена компания. Идеята е да обясни как работи бизнесът, да кани бизнес партньори за гости и т.н. Всеки бизнес може да се възползва, ако се интересува от нишова, образована аудитория“, пояснява той.

Еленко допълва, че качествено съдържание е гаранция за успеха и на подкаста, и на блога, влога и нюзлетъра. Георги потвърждава това: „Като слушател на подкасти мога да кажа, че единствено рекламата, която контекстуално съответства на съдържанието, е ценна за мен. Още не се е появила достатъчно добра реклама, за да ѝ „продам“ място“. Той работи по бизнес модел, който да осигури устойчиво развитие и растеж на проекта му, но „най-важното нещо“ остава да излъчва нов епизод всяка седмица.

В края на разговора ни помолих тримата да ми кажат „на ухо“ какво слушат в момента. Списъкът се оказа по-дълъг и интересен, отколкото 24-те часа на денонощието позволяват. Дали подкастът няма да „убие“ онлайн споделянето... ☺



Жюстин Томс / Justine Toms

Жюстин Томс / Justine Toms

no longer trust the traditional ones or are tired of them,” she explains.

Georgi Nenov adds that there is business in everything that has a dedicated audience. According to him, podcasts and video content are the future. “The question is whether you can create a business model that works. “Followers = Business,” he says.

According to Justine, there is a niche for business podcasts in Bulgaria, aimed at the main target group of the media in general – serious, busy, economically active people who optimize their time. “We are being listened by nearly 2,000 people a week with a high social profile. We have not invested in sales, business partners find us themselves,” Elenko adds. Technological and innovative companies are the first to turn to “The Internet Speaks” to develop their employer’s brand. “If a podcast for a particular business is made, it should target the most central audience. Imagine it as a radio broadcast of a company. The idea is to explain how the business works, to invite business partners as guests, etc. Every business can benefit if it is interested in a niche, educated audience,” he explains.

Elenko adds that quality content is a guarantee for the success of the podcast, the blog, the vlog, and the newsletter. Georgi confirms this: “As a listener of podcasts, I can say that only advertising that contextually matches the content is valuable to me. No good-enough ad has appeared so far, in order for me to “sell” a spot for it.” He works on a business model that can ensure sustainable development and growth of his project, but “the most important thing” remains to broadcast a new episode every week.

At the end of the conversation, I asked the three of them to “secretly whisper” to me what they are listening to right now. The list turned out to be longer and more interesting than the 24 hours of the day allow. Is it possible that the podcast will “kill” online sharing... ☺

Нетипично, но БЪЛГАРСКО



Красимир Свракоб | Instagram | Krasimir Svakov

Кунка Петкова и Стоян Асенов предлагат разнообразие от продукти „шиитаке“
Kunka Petkova and Stoyan Assenov offer a variety of shiitake products

Unusual, but Bulgarian

Мая Цанева  Maya Tsaneva

Как у нас се развива бизнесът с „екзотични“ продукти като киви, гъби шиитаке и микроводорасли

Искате ли сладко от българско киви? - ме попита Албена на един фермерски пазар. И ме грабна с разказ за семейното стопанство за киви с 40-годишна история. Кунка ме съблазни с ароматни гъби шиитаке от Карлово. В края на разходката се сдобих и със свежа спирулина от фабрика край гр.Поморие. Тази разходка ме обогати с неочаквани вкусове, но и ме остави да мисля колко бързо съм смятала

Would you like a jam from Bulgarian kiwi? – Albena asked me at a farmer's market. And she won me over with a story about a kiwi family farm with a 40-year history. Kunka tempted me with sapid shiitake mushrooms from Karlovo. At the end of my walk, I also got fresh spirulina from a factory near Pomorie. This walk enriched me with unexpected tastes,



някои нови хранителни продукти единствено и само за „вносни“.

По данни на Европейската комисия от началото на 2018 г. в България площите с биологично земеделие са се увеличили с 35% между 2010 и 2016 г. На тях освен познатите ни плодове и зеленчуци, зърнени култури, все повече се отваря пазар и за „екзотични“ продукти, които се отглеждат у нас не само експериментално.

„Всеки може да отглежда домати и краставици... Опитвахме с лимец и валериана, но разбрахме, че „нашето

but it also allowed me to think upon how long I have considered some new food products only as “imported” ones.

According to data of the European Commission from the beginning of 2018, the areas with organic agricultural products in Bulgaria have increased by 35% between 2010 and 2016. Besides our well-known fruits, vegetables and grains, the market for “exotic” products that are grown in our country, and not just experimentally, is opening up more and more.

How is the business with “exotic” products, such as kiwi, shiitake mushrooms and microalgae, developing in our country

нещо“ е гървесната гъба шиитаке“ - казва Кунка Петкова от „БиоУей“.

Дватама със Стоян Асенов са бивши военни. През 2014 г. се записват на курс при български представител на японска компания, който им дава първи насоки в оригиналната технология за производство на шиитаке върху кръгла гървесина, а не върху т.нар. „синтетични пънчета“ (аналогично на култивирането на печурки).

„Инвестирахме всичките си спестявания и взехме кредити, за да изградим стабилно производството, с което да създадем франчайз ферми. Начертахме 30-годишен план, който следваме стриктно. Всичко беше проба-грешка“, казват съгружниците в бизнеса и живота.

Създават фирмата през 2015 г., когато опитват първата гъба от собствената си ферма, разположена на 1 декар в гр. Баня, Карловско. „По-добре, че не пробвахме субстратните гъби – ако го бяхме направили, едва ли щяхме да се заемем с производството. Гъбите, отгледани на гъб, са много по-вкусни и същевременно изключително полезни. Често първата реакция на хората по фермерските пазари е: „Опитвал съм, не ми харесват“, но след като пробват от продуктите ни, лицата им светват. Децата са най-големите ни почитатели.“ Кунка се заема да сготви гъбата по поне 100 начина, за да предложи на клиентите варианти как да я използват в бобена чорба, пълнени чушки, салати...

„БиоУей“ е най-големият производител на шиитаке върху гъбови трупи в страната. Предлага пресни, изсушени и консервирани във вериги супермаркети, по интернет и ресторанти. Консервираните гъби нямат аналог на световния пазар.

Под името „Ферми „БиоУей“ от началото на 2017 г. стартира франчайз с 10 сезонни биоферми. Без да се рекламират агресивно, ги търсят много българи в чужбина, които търсят рентабилен агробизнес. „В България има прекрасни условия за отглеждането на най-висок клас шиитаке. Всяка баба с по-голям двор може да направи ферма за гървесната гъба, с която да изхранва цяло семейство. Но професионалното им отглеждане изисква големи инвестиции, качествен гървен материал, внимание. Имаме големи изисквания към нашите партньори и гържим на качеството. Имаме запитвания за износ от Прибалтика, Румъния, Германия, дори от Япония, но засега предлагаме само в България“, завършва Стоян Асенов.

След вкусния обяд с гъби шиитаке отворих сладкото от българско киви. Албена и Костадинка Георгиева от „Киви.бе“ го предлагат на фермерските пазари, като (не)типично местен продукт.

500 гка киви са заседени в Петрич през 1978 г. като експеримент. До 1994 г. местното стопанство ги е поддържало и изцяло изнасяло. „Нашето семейство наследи 5 гка и прогължихме да го отглеждаме“, разказва Албена. Първата година изхвърлили 1,5 т плод, защото не били подготвени да го търгуват. След това открили, че чрез Фейсбук могат да го



Спирулина-та вече има клиенти извън България

The spirulina already has clients outside of Bulgaria

“Everyone can grow tomatoes and cucumbers...” We tried with einkorn wheat and valerian, but we realized that “our thing” is the shiitake wood mushroom,” says Kunka Petkova from BioWay.

Stoyan Asenov and she are former military officers. In 2014, they enrolled in a course by a Bulgarian representative of a Japanese company, who gave them first-hand guidance in the original technology for production of shiitake on round wood, and not on the so-called “synthetic logs” (similar to the cultivation of field mushrooms).

“We have invested all our savings and have taken a credit to build a stable production and establish franchise farms. We prepared a 30-year plan that we follow strictly. Everything was trial and error,” say the partners in business and in life.

They set up the company in 2015 when they tried the first mushroom from their own farm, located on 1 hectare in Banya, Karlovo. “It was better that we did not try the substrate mushrooms – if we had done it, we would probably not get involved in their production. Mushrooms grown on oak are much more delicious and extremely useful. Often, the first reaction of people on the farmers’ markets is: “I have tried them but I don’t like them,” but after trying out our products, their faces light up. Children are our greatest fans.” Kunka learned how to cook the mushroom in at least 100 ways to offer clients options for using it in a bean soup, stuffed



Ивайло Стоев с хранителните
добавки от микроводорасли

Ivalyo Stoev with nutritional
supplements from microalgae

peppers, salads...

BioWay is the largest producer of shiitake mushrooms on oak logs in Bulgaria. It offers them fresh, dried and canned, in supermarket chains, on the Internet and in restaurants. Their canned mushrooms have no analogue on the world market.

A franchise with 10 seasonal bio-farms under the name BioWay Farms was established at the beginning of 2017. Without advertising aggressively, many Bulgarians living abroad, who were looking for a profitable agribusiness, contacted them. "In Bulgaria, there are wonderful conditions for the cultivation of the highest class of shiitake.

Any elderly lady with a larger yard can make a farm for the wood mushroom and feed a whole family. But their professional farming requires great investments, quality wood material, and attention. We have great requirements towards our partners and quality is important to us. We have inquiries for export from the Baltic Countries, Romania, Germany, even from Japan, but for now, we sell only in Bulgaria," Stoyan Asenov ends.

After the delicious lunch with shiitake mushrooms, I opened the jar of jam from Bulgarian kiwi. Albena and Kostadinka Georgieva from Kiwi.bg offer it on the farmer's markets as a (non)typical local product.

500 decares of kiwi were planted in Petrich in 1978 as an experiment. Until 1994, the municipal farm grew them and exported all of them. "Our family inherited 5 decares, and we continued to cultivate it," Albena says. The first year, they threw away 1.5 tons of fruit because they were not prepared to trade it. Then, they discovered that through Facebook, they can offer it to people who wanted to lead a healthy lifestyle. Since it is only fresh for three months, they decide to use it to make jam, tea of dried kiwi, dried fruit bars, chocolate, soap, fruit wine, liqueur and vinegar.

"Bulgarian kiwi is smaller, more sugary and tastier. We do not apply pesticides when it grows nor any chemical fertilizers in order to not lose its quality, but because of its size, we cannot export it. We only work with family and friends. It is difficult to hire seasonal workers because they prefer Greece. We cannot find people, who are willing to work, from the labour bureau,

предлагат на хора, които се стремят към здравословен начин на живот. Тъй като то се предлага пряко само три месеца, решават да го използват за сладко, за чай със сушено киви, пестил, шоколад, сапуни, плодово вино, ликьор и оцет.

„Българското киви е по-гребно, по-захарно и по-вкусно. Не прилагаме пестициди при отглеждане то му, нито химически торове, за да не загубим качествата му, но поради размера му не можем да го изнасяме. Работим само семейството и приятели. Трудно наемаме сезонни работници, защото те предпочитат Гърция. Няма желаещи и в бюрото по труда. Много ни се иска повече стопани в Петричко да отглеждат киви, защото то има потенциал да стане типичен местен продукт“, казва Албена.

В района има около 200 дка с киви, но няма интерес от страна на преработвателната индустрия да развие тази ниша. Семейството изпраща по куриер кивито за сладко и за шоколад в Пловдив и региона, сушат го в Хасково. „Търсим хора, склонни към експерименти, защото „малкото стопанство означава малки приходи.“

Албена не е оптимист, че децата ще продължат производството. Според нея в този си вид то не е привлекателно за тях, макар че именно по-младите хора с интерес към здравословния начин на живот са техните най-верни клиенти. „За пет години ги научихме да търсят българско киви, да търсят чиста и сезонна храна. Но работим на две места. Ако държавата иска да задържи хората по малките населени места, трябва наистина да подкрепи малките ферми. Един агробизнес може да бъде успешен, ако е погпла-



Албена продава не само прясно киви, но и сладко, чай, шоколад, сапуни, вино / Albena sells not only fresh kiwi but also jam, tea, chocolate, soaps, wine

мен с адекватни финансови резултати. Засега работим, а да става, каквото е писано“, завършва тя.

Денят ми приключи с първата хапка свежа спирулина от ферма край гр. Поморие. Ивайло Стоев от „Алгас България“ ми разказа как от е-търговията се е насочил към производството на микроводорасли, без да знае нищо за тях.

„През 2011 г. попаднах на информация за приложението на микроводораслите в различни индустрии. Това съответстваше на желанието ми за иновативен „зелен бизнес“. Основах фирмата две години по-късно със собствени средства – от единия бизнес прехвърлях всичко в другия, претърнях много неуспехи, но с упоритост и подкрепа от семейство и приятели преминах през трудностите“, казва той. Ивайло има икономическо образование, но за няколко години става експерт в индустриалната култивация на микроводорасли благодарение както на самообучение, така и на подкрепата от своите колеги.

Предприемачът се замисля: „Защо спирулината да не се консумира прясна? Спирулината е може би най-

either. We would like more farmers in Petrich area to grow kiwi because it has the potential to become a typical local product,” Albena says.

There are about 200 decares of kiwi in the area, but the processing industry has no interest in developing this niche. Our family sends the kiwi fruits for jam and chocolate to Plovdiv and the region; it is dried in Haskovo. “We are looking for people willing to experiment because “a small farm means small revenue.”

Albena is not optimistic that their children will continue the production. In her opinion, in its present state, it is not attractive to them, although it is the younger people with an interest in healthy lifestyles who are their most loyal clients. “In five years, we’ve taught them to look for Bulgarian kiwi, to look for clean and seasonal food. But we work at two places. If the state wants to keep people in small settlements, it must really support small farms. An agribusiness can be successful if it is backed up with adequate financial results. For now, we are working, and whatever happens, happens,” she ends.



My day ended with my first bite of fresh spirulina from a farm near Pomorie. Ivaylo Stoev from Algee Bulgaria told me how coming from e-commerce, he was involved in the production of microalgae without knowing anything about them.

"In 2011, I came across information on the application of microalgae in different industries. This was in line with my desire for an innovative "green" business. I founded the company two years later with my own money – I transferred everything from one of my businesses to the other, I suffered many failures, but with persistence and support from family and friends, I went through the hardships," he says. Ivaylo has an economic education, but in a few years, he has become an expert in the industrial cultivation of microalgae, thanks to both self-learning and to the

познатият вид микроводорасло у нас. Създадохме сайт, а първите ни клиенти бяха хората, които ползват спорулина в суха форма. Те харесаха прясната паста заради високата бионаличност на активните вещества, защото няма неприятен вкус и мирис, нито съмнителен произход."

Първата им пилотна инсталация за отглеждане на спорулина е изградена край Поморие. Там те внедряват и първия индустриален биореактор за микроалги в България, а може би и на Балканския полуостров. „Правихме всички възможни грешки в малък мащаб. Подобрихме технологията и същевременно разработихме линия от иновативни хранителни добавки за укрепване на имунната система, в подкрепа на хемоглобина, желязен дефицит и др.“

Днес предизвикателствата пред компанията са изграждането на новата им производствена база край Стара Загора, утвърждаване на марката на вътрешния пазар и експорт, разработка на нови продукти. „Клиентите ежедневно са изправени пред избора кое би било най-добро за тяхното здраве. Какво прави конкуренцията почти не ни интересува, за нас е важно да вършим своята работа възможно най-добре“, казва Ивайло. Тази година ще започне износ на свежа спорулина и хранителни добавки за Румъния, има интерес и от Англия, Италия, Германия. Едно е сигурно – микроводораслите са бизнес, който го вдъхновява и той се стреми към най-доброто във и за него. (1)

support of his colleagues.

The developer entrepreneur started thinking: "Why not consuming the spirulina fresh? It is probably the most popular type of microalgae in Bulgaria. We created a site and our first clients were people who use spirulina in dry form. They liked the fresh pasta because of the high bioavailability of the active ingredients, because it has no unpleasant taste and smell or suspicious origin."

Their first pilot plant for spirulina cultivation was built near Pomorie. There, they introduced the first industrial bioreactor for microalgae in Bulgaria and probably on the Balkan Peninsula. "We made all the possible errors on a small scale. We improved the technology and, at the same time, we developed a line of innovative food supplements to strengthen the immune system to support haemoglobin, iron deficiency, etc."

Today, the challenges that the company is facing are the construction of their new production facilities near Stara Zagora, establishing the brand on the domestic market and the export and development of new products. "On a daily basis, clients are faced with the question what would be best for their health. We are not very interested in what our competitors do; what is important to us is to do our job in the best way possible," Ivaylo says. This year, exports of fresh spirulina and food supplements to Romania will begin, with interest shown from England, Italy and Germany. One thing is certain – microalgae are a business that inspires him and he strives for the best in and for it. (2)



Време за добри дела

Time for Good Deeds

Тони Григорова  Toni Grigorova

Представям си утре... С този конкурс социалната мрежа за добри дела Volontime ще даде възможност да видим как студентите в България си представят утрешния ген. Най-добрите есета по темата ще получат награди. За всеки бизнес, а и за страната като цяло е важно да знае какви очаквания за бъдещето имат хората, които скоро ще се вляят в пазара на труда.

Началото

Габриела Пресолска е създателят и върховният на Volontime. Израснала в семейство на лекари, които всеотдайно са помагали на хората. Още от дете свикнала с модела да се прави добро. Седем години Габриела работи в HP, където се занимава с бизнес анализи и статистика. По време на своя отпуск по майчинство преосмисля пътя си напред и решава да се насочи към социалното предприемачество. Прави проучване дали ще има потребност. Класацията World Giving Index показва, че България е на незавидно ниски нива по отношение на дарителството. В това тя вижда ниша, но и мисия България да се отпласне от дъното и на тази класация.

I imagine tomorrow... With this contest, the Volontime social network for good deeds will allow us to see how students in Bulgaria imagine the future. The best essays on the topic will receive awards. It is important for every business and for Bulgaria as a whole to know what are the expectations for the future of the people who will soon enter the labour market.

The Beginning

Gabriela Presolska is the creator and inspirer of Volontime. She grew up in a family of doctors who have selflessly helped other people. Ever since childhood, she has been used to the model of doing good. For seven years, Gabriela worked at HP, where she was involved in business analyses and statistics. During her maternity leave, she reconsidered her way forward and decided to focus on social entrepreneurship. She made a research on whether there is a need for that. The World Giving Index showed that Bulgaria is at an unenviably low level in terms of donation. In this, she saw a niche, but also a mission to take Bulgaria out of the bottom of this ranking.



Volontime е социален проект, с който Габриела Пресолска има амбицията да извади България от дъното на класациите по дарителство

Volontime is a social project with which Gabriela Presolska wishes to take Bulgaria out of the bottom of the donation charts

Къде се къса нишката

Габриела започва да търси отговор защо хората в България не са отворени да правят добро. Защото сме най-бедни в Европа ли? Но първите места в глобалната класация не са резервирани за най-богатите държави. Дарителството не е свързано само с финансова помощ. И се оказва, че важен фактор е религията, която учи да се дарява и да се помага на хората в нужда. Преди да се хвърли в социалното предприемачество, младата жена проучва дали в неправителствения сектор има място за нова организация, която да съдейства усилията да се обединят. Идеята ѝ получава одобрение.

Горчив опит

Габриела Пресолска установява, че хората в България са склонни да даряват и да помагат, обаче е натрупано много разочарование от непрозрачното използване на дарения, от присвояването на средства, събрани за благородни каузи. Но и само чистите намерения не стигат. Христоматиен пример е проектът за Мозамбик The PlayPump - технология, която е трябвало да доведе питейната вода до хиляди африкански общности, като използва силата на играещите деца. Идеята е да се инсталират устройства за въртене, свързани с водна помпа. Когато децата играят на такава въртележка, водата се изпомпва в резервоар. През 2005 г. проектът привлича силна финансова подкрепа. Но... след големия успех в набирането на средствата идва големият крах. Децата нямат толкова много енергия, за да задвижват изпомпващия механизъм, докато играят. И се налага тези ненужни съоръжения да бъдат демонтирани, за да може помпите да се ползват по стария начин.

Where Is the Thread Tearing

Gabriela started to look for the answer why people in Bulgaria were not open to doing good. Because we are the poorest in Europe? But the first places in the global ranking are not taken by the richest countries. Donation is not only related to financial aid. And it turned out that an important factor is the religion that teaches to donate and to help people in need. Before embarking on social entrepreneurship, the young woman made a research about whether there was room for a new organization in the non-governmental sector, which could help for all the efforts to be united. Her idea was approved.

Bitter Experience

Gabriela Presolska found that people in Bulgaria were willing to donate and help, but there was a lot of disappointment with the non-transparent use of donations, with the appropriation of funds raised for noble causes. But only pure intentions were also not enough. A classic example is the Mozambique project "The PlayPump" – a technology that was supposed to bring drinking water to thousands of African communities by using the power of children playing. The idea was to install rotation devices connected to a water pump. When children played on such a carousel, the water was pumped into a tank. In 2005, the project attracted strong financial support. But... after the big success in raising funds, the big failure happened. Children did not produce the needed energy to propel the pumping mechanism while they were playing. And these unnecessary facilities had to be dismantled, so that the pumps could be used in the standard way.

Всеки социален проект трябва да бъде не само прозрачен, но и добре премислен, смята Габриела Пресолска

Every social project must not only be transparent but also well thought out, Gabriela Presolska says

Доброто е заразително

Всеки социален проект трябва да бъде не само прозрачен, но и добре премислен, смята Габриела, която вижда как корпоративната социална отговорност вече набира популярност в България. Според нея, ако повече хора се заразяват от идеята да правят добро и да подпомагат каузи, то и резултатите ще са по-видими. Добър пример е кампанията „Да изчистим България за един ден“, в която освен обикновените хора по традиция се включват компании, общини, институции.

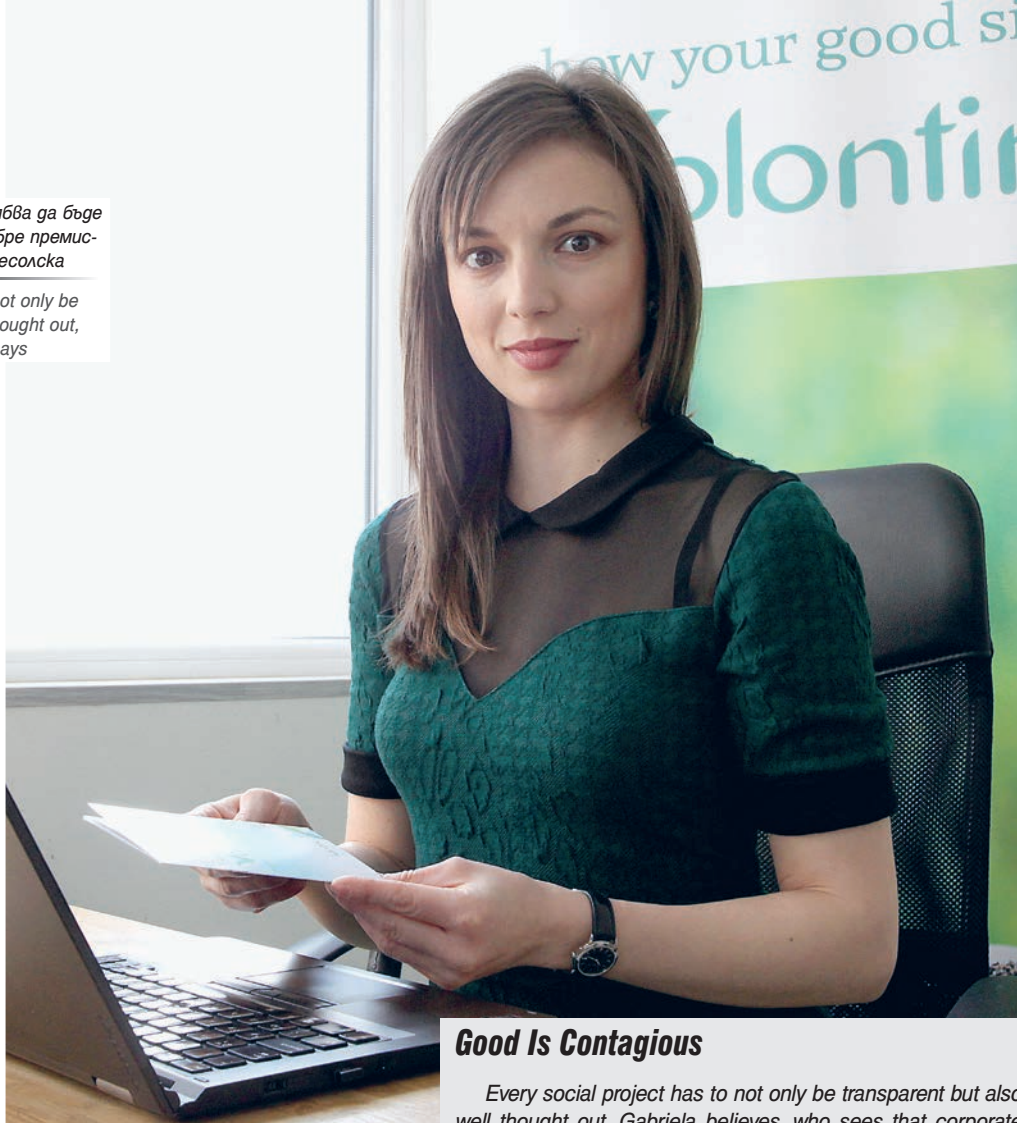
Моделът

Целта на Volontime е подкрепата да получава каузи, доброволчески събития, благотворителни кампании, събития за корпоративна социална отговорност. Тази мрежа дава възможност за информиран избор на хората, които даряват. Volontime не получава отчисления от онези, които тук представят своите проекти, а разчита бизнесът да рекламира в нея. Милениум поколението е ентузиазизирано да работи за компании с висока социална ангажираност. Ще ги привлечеш по-лесно, като им покажеш своята грижа за обществото и своята социална ангажираност, смята Габриела.

Личен пример

„Моето училище“ е проект, който възстановява възпитаниците на гадено учебно заведение да подпомагат чрез дарения развитието на тези, които сега получават своето образование. Със своите съученици Габриела организира подкрепа за Клуба по роботика в Математическата гимназия в Плевен, която тя е завършила. Друга кампания е „Моята кауза“, която ще покаже какво самите деца са готови да подкрепят. С дарения те ще бъдат подпомогнати за осъществяването на най-стойностните каузи. Добрите проекти не спират готук...

Габриела Пресолска ни показва, че наистина е време за добри дела. (1)



Good Is Contagious

Every social project has to not only be transparent but also well thought out, Gabriela believes, who sees that corporate social responsibility is becoming more and more popular in Bulgaria. According to her, if more people get infected by the idea of doing good and supporting causes, the results will be more visible. A good example is the campaign "Let's clean Bulgaria for a day", in which, besides ordinary people, companies, municipalities, institutions are traditionally included.

The Model

Volontime's goal is to support causes, volunteer events, charity campaigns, corporate social responsibility events. This network provides an opportunity for an informed choice to the people who donate. Volontime does not receive deductions from those who present their projects there, but relies on the business to advertise on it. The Millennial generation is enthusiastic to work for companies with high social engagement. One can attract them more easily by showing their concern for society and their social commitment, Gabriela believes.

Personal Example

"My School" is a project that inspires the students at an educational institution to help by donating for the development of those who are now receiving their education. With her classmates, Gabriela is organizing the support for the Robotics Club at the Mathematical High School in Plevan, which she graduated from. Another campaign is "My cause", which will show what children themselves are willing to support. They will be supported to realize the most valuable causes by donations. Good projects do not end here...

Gabriela Presolska shows us that the time for good deeds has really come. (2)

„Агрион“ отдава земя чрез търгове с тайно нагдаване

Земеделските производители сами определят нивата на рентите на конкурентен принцип

agrion
агрион

Agrion Leases Land through Sealed Bid Auctions

Farmers themselves determine the rent levels on a competitive basis



Агрион“, лидер в управлението на земеделските земи, за поредна година организира тайни търгове за отдаване под наем и аренда на земи от портфолиото си. Дружеството е първото в България, което въведе иновативния и справедлив метод за определяне на рентните нива.

Експертите на „Агрион“ са разработили процедурата така, че да осигури честни и прозрачни условия за всички участници в аукционите. Няма скрити клаузи и устни договорки и никои не се ползва с преимущество. За победител в нагдаването се избира този участник, който е предложил най-атрактивни условия за наемане на земи от „Агрион“.

Така на практика конкуренцията между фермерите и желанието им да наемат добри парцели ще определят рентните нива, вместо гружеството еднoлично да ги налага при пряко договаряне, каквато е масовата практика в сектора. Компанията е предвидила и опция документите за участие в търговете да се изпращат по куриер.

Организирането на търгове дава възможност на всички участници на пазара да наемат качествена земя и да бъдат по-конкурентоспособни. Това е шанс за малките и средни наематели да преодолеят капсулирането между арендаторите в дадени региони.

С всяка изминала година участниците в търговете стават все повече и повече, тъй като сами се убеждават, че определянето на рентните нива чрез аукциони е най-честно и прозрачно. Арендаторите са доволни, че успяват да наемат плодородна земя на добри ценови нива, без скрити клаузи.

Социологическо проучване за нагласите на арендаторите показва, че над 50% от анкетираните посочват именно „Агрион“ като компания, чиито услуги биха ползвали. Земеделското дружество е категорично най-разпознаваемият бранд и се ползва с най-голямо доверие сред наемателите на земя. (1)

For another year, Agrion, a leader in agricultural land management, is organizing sealed bid auctions for renting and leasing land from its portfolio. The company was the first in Bulgaria to introduce this innovative and fair method for determining rent levels.

Agrion's experts have developed the procedure to ensure fair and transparent conditions for all participants in the blind auctions. There are no hidden clauses and verbal arrangements, and no one is given any advantage. The winner in the bidding is the participant who has offered the most attractive terms for renting land from Agrion.

Thus, practically, the competition between farmers and their willingness to rent good plots, will set the rent levels, instead of the company imposing them on its own in direct negotiation, as is the common practice in the sector. This year Agrion also provides an option for the tender documents to be sent by courier.

Organizing blind auctions all market participants to rent quality land and become more competitive. This is a chance for small and medium farmers to overcome encapsulation among leaseholders in certain regions.

Every year the participants in the secret auctions increase in number, as they themselves become convinced that determining the rent levels through blind auctions is the most just and transparent way. The leaseholders are pleased to be able to rent a fertile land at good price levels, without hidden clauses.

A sociological research on the attitudes of the farmers shows that more than 50% of the respondents mentioned Agrion as a company whose services they would use. The agricultural company is definitely the most recognizable brand and enjoys the greatest trust among farmers. (1)

Четири поколения превръщат „Мицидис“ в марка №1 в Кипър

Най-големият на острова производител и износител на брашно и макаронени изделия се разширява и в нови пазарни сектори

The largest producer and exporter of flour and pasta on the island is expanding into new market sectors

Four Generations Have Turned Mitsides into the No.1 Brand in Cyprus

Бранислава Бобанац  Branislava Bobanats

Случайност преди почти 9 десетилетия превръща двама търговци на дървен материал в мелничари и така слага началото на бъдещата компания „Мицидис“. В следващите години усилията и отпадеността на четири поколения Мицидис я извеждат до лидерската позиция – днес тя е най-големият производител на брашно и макаронени изделия в Кипър, със силно присъствие в чужбина. 87-ият рожден ден на компанията

Almost nine decades ago, fate turned two timber dealers into millers and marked the beginning of the future company Mitsides. In the next years, the efforts and dedication of four generations of Mitsides has brought it to the top – today, it is the largest flour and pasta producer in Cyprus with a strong presence abroad. The 87th birthday of the company in



Централният производствен комплекс на „Мицидис Груп“ близо до Никозия

The Central Production Complex of Mitsides Group near Nicosia



Константинос (Динос) Мицидис с Бизнес наградата за 2018 г. в категория „Индустрия“

Konstantinos (Dinos) Mitsides with the Business Award for Industry in 2018

през януари съвпадна с връчването на поредното отличие за постижения в бизнеса – „Мицидис Груп“ стана носител на годишната бизнес награда за 2018 г. в Кипър в категория „Индустрия“.

От семейна кооперация до международен доставчик

Роговата бизнес хроника започва през 1932 г., когато братята Хрисостомос и Костас Мицидис, занимаващи се с продажба на дървен материал, неочаквано се сдобиват с традиционна каменна мелница в старата част на Никозия. Нейните собственици внезапно фалирали, а двамата братя били техни гаранти за банков заем. В последвалия съдебен процес, воден от британските власти, които управлявали тогава Кипър, било разпоредено двамата Мицидис да покрият дълговете на банкрутиралите мелничари и съдебните разноски. За да съберат необходимите средства, братята разпродали имущество от своя дребен бизнес, а в замяна станали притежатели на мелница. Така се наложило да се „преквалифицират“ и започнали новия си път на предприемачи.

Тази първа тяхна мелница в стария град на Никозия, начертала бъдещия им бизнес, все още работи. Пожар напълно я унищожава през 1970 г., но след това тя е възстановена. Основният производствен комплекс на компанията е значително по-млад. Новата фабрика

January coincided with the awarding of yet another prize for achievements in business – Mitsides Group became the winner of the 2018 Annual Business Award in Cyprus in the Industry category.

From a Family Cooperative to an International Contractor

The family business history began in 1932, when the brothers Chrysostomos and Kostas Mitsides, who were selling timber, unexpectedly acquired a traditional stone mill in the old part of Nicosia. Its owners suddenly went bankrupt, and the two brothers were their guarantors for a bank loan. During the subsequent court hearing, led by the British authorities that ruled over Cyprus at the time, the two Mitsides were ordered to cover the debts of the bankrupt mill and the legal costs. In order to collect the necessary funds, the brothers sold the property of their small business, and in return became the owners of a mill. Thus, they had to “pre-qualify” and started their new path as entrepreneurs.

Their first mill in Nicosia’s old town that predefined their future business is still working. A fire completely destroyed it in



Компанията се гордее с многото отличия, които е спечелила

The company is proud of the many awards it has received.



„Мицидис“ връчва чек за 9500 евро от благотворителната си Великденска кампания за най-голямата детска болница в Кипър

Mitsides handed over a cheque for EUR 9500 from its charity Easter campaign for Cyprus's largest children's hospital

е построена в село Дали, близо до Никозия, през 1988 г., а 10 години по-късно там върху 5000 кв. метра е оформена модерна индустриална площадка, където сега са разположени преработвателни мощности, складове, силози за зърно, завод за макаронени изделия, напълно компютризирана смесителна инсталация за производство и опаковане на специални брашна.

Доказаната формула за успешен бизнес на „Мицидис Груп“ е инвестиции в нови модерни технологии, разработване и производство на висококачествени продукти. Тази нейна политика се измерва днес с дял от 54% от пазара на брашно в Кипър и 40% от пазара на макаронени изделия на острова.

През последните години „Мицидис“ навлиза активно и в по-широк кръг пазарни сектори. Компанията развива бизнеса си и в търговията със зърнени храни като грис, булгур, варица. Сред най-новите ѝ направления са сосове и продукти от домати, замразени храни.

17% от производството на групата се изнася. Нейните продукти са единствените маркови кипърски брашна и тестени изделия, продавани в чужбина. Експортът на компанията е насочен към Великобритания, Гърция, Австралия, Япония, като значително покрива пазара в Близкия изток и арабските страни. Голяма част от износа ѝ е гоставаката на брашно за международната верига Pizza Hut – през 1998 г. „Мицидис“ е одобрена за неин мултинационален снабдител.

Според последните официално обявени финансови резултати общите активи на „Мицидис Груп“ към 30 юни 2018 г. надвишават 42 млн. евро.

Фамилните мениджъри

За почти 9-те си десетилетия бизнес история компанията преминава от семейна кооперация, през гружество с ограничена отговорност, а през 2000 г. „Chr. & C. Mitsides Ltd“ става публично гружество. През 2007 г. то е регистрирано на Кипърската фондова борса и емитира акции.

1970, but it was later restored. The main production complex of the company is significantly younger. The new factory was built in the Dali village near Nicosia in 1988, and 10 years later, a modern industrial site was built on 5000 square meters, where processing facilities, warehouses, grain silos, a pasta factory, fully computerized mixing installation for the production and packaging of special flours are now situated.

The proven formula for successful business of Mitsides Group is investing in new advanced technologies and developing and producing high-quality products. This strategy is measured today by a share of 54% of the flour market in Cyprus and 40% of the island's pasta market.

In recent years, Mitsides has been actively involved in wider range of market sectors. The company also develops its business in the trade of grains, such as semolina, bulgur, and stews. Among its newest directions are tomato sauces and products, frozen foods.

17% of the group's production is exported. Its products are the only branded Cypriot flour and pasta sold abroad. The export of the company is focused on the UK, Greece, Australia, Japan, significantly covering the market in the Middle East and the Arab countries. Much of its export is the supply of flour to the international chain Pizza Hut – in 1998, Mitsides was approved as its multinational supplier.

According to the latest officially announced financial results, the total assets of the Mitsides Group as of 30 June 2018 exceeded EUR 42 million.

Family Managers

For nearly nine decades of business history, the company changed from a family cooperative through a limited liability company, and in 2000 Chr. & C. Mitsides Ltd became a public company. In 2007, it was listed on the Cyprus Stock Exchange and issued shares.



Поредица от благотворителни прояви бяха посветени на 85-ата годишнина на „Мицидис“ през 2017 г.

A series of charity events were dedicated to the 85th anniversary of Mitsides in 2017.

Третото и четвъртото поколение Мицидис управляват сега компанията. Внуците на двамата братя основоположници навлизат в семейния бизнес през 70-те години на миналия век. Днес висшият мениджмънт е в ръцете на трима Мицидис, които са членове на Съвета на директорите на групата, заедно с независими консултанти.

Председател на Управителния съвет и главен изпълнителен директор на Mitsides Public Company Ltd от 2000 г. е Константинос П. Мицидис, запален поддръжник на семейната традиция. Роденият през 1956 г. Динос, както го наричат всички, дори в официалните среди, е с диплома по инженерство от Университета в Ковънтри, Великобритания. Дълги години той е и президент на Асоциацията на производителите на макаронени изделия в Кипър, член на борда и заместник-председател на Търговско-промишлената палата на Никозия.

Изпълнителни директори са Хрисостомос П. Мицидис и Стелиос Хр. Мицидис. Тримата висши мениджъри от фамилията притежават общо 57.23% от акциите на компанията.

Членове от четвърто поколение бяха включени през последните няколко години и поемат различни роли в компанията, посочва една от тях - Мариета Мициду, маркетинг мениджър в Mitsides Public Company Ltd. Компанията се намира на етап, когато четвъртото поколение се учи от третото, като допринася за развитието ѝ със собствените си знания и възгледи, казва тя. Според нея предаването на „щифетата“ между четирите поколения е както фактор за успеха им, така и огромно предизвикателство да се докажат и продължат лидерството на компанията в много трудните условия на днешната силна конкуренция.

„Мицидис“ е една от най-известните компании в Кипър и заради своята огромна благотворителна дейност, насочена към болни и нуждаещи се кипърски деца. За заслугите си към кипърското общество през декември м.г. „Мицидис Груп“ бе отличена с наградата за корпоративна социална отговорност в Кипър. (1)



Президентът на Кипър Никос Анастасиадис (вторият от дясно наляво) връчи на Динос Мицидис (третият от дясно наляво) наградата за корпоративна социална отговорност на специална церемония през декември 2018 г.

The President of Cyprus Nicos Anastasiades (second from right to left) handed out to Dinos Mitsides (third from right to left) the Corporate Social Responsibility Award at a special ceremony in December 2018.

The third and fourth generation of Mitsides are now running the company. The grandchildren of the two founding brothers entered the family business in the 1970s. Today, the senior management is in the hands of three Mitsides, who are members of the Group's Board of Directors together with independent consultants.

Chairman of the Board of Directors and Chief Executive Officer of Mitsides Public Company Ltd since 2000 is Konstantinos P. Mitsides, a keen supporter of the family tradition. Born in 1956, Dinos, as everyone calls him, even in formal circles, has an engineering degree from Coventry University, UK. For many years, he has also been President of the Association of Pasta Manufacturers in Cyprus, board member and Deputy Chairman of the Nicosia Chamber of Commerce and Industry.

Its Executive Directors are Chrysostomos P. Mitsides and Stelios Chr. Mitsides. The three senior managers of the family hold a total of 57.23% of the company's shares.

Fourth generation members have been involved in the past few years and take on different roles in the company, says one of them – Marietta Mitsidou, Marketing Manager at Mitsides Public Company Ltd. The company is at a stage where the fourth generation learns from the third, contributing to its development with its own knowledge and views, she says. According to her, the “passing of the baton” between the four generations is both a factor for their success and a huge challenge to prove and continue the leadership of the company in the very difficult conditions of today's fierce competition.

Mitsides is one of the most famous companies in Cyprus also because of its extensive charity work aimed at sick and underprivileged Cypriot children. For its service to the Cypriot society, in December, Mitsides Group was given the Corporate Social Responsibility Award in Cyprus. (2)

Паниката, наречена екологичен кредит

Дали природните ресурси наистина свършват, или някой просто ни продава страх

The Panic Called an Ecological Credit

*Are natural resources
really depleted or
someone is just
selling fear*

Тони Григорова  Tony Grigorova

Пясъкът свършва. Свършва ли наистина пясъкът и задава ли се криза от недостига му за строителството? Заговорим ли за изчерпване на земни ресурси, се сещаме за петрол, вода, полезни изкопаеми... Но за пясък – едва ли. На него гледаме като на неизчерпаем природен ресурс, който може да бъде открит по плажовете и в пустините. Дали не грешим? Твърди се, че пясъкът грастично намалява, че световните плажове силно са се смалили, същевременно цената му се е увеличила петкратно за последните 30 години. Строителството поглъща огромни количества пясък и като причина за недостига се сочи именно строителният бум, предизвикан от миграцията на населението към градовете. Същевременно популярни курорти съживяват умиращите си плажове с пясък, донесен от други места. В световен мащаб се използват около 50 млрд. т пясък всяка година - два пъти повече от количеството, произведено от реките за същия

The sand is about to finish. Is sand really going extinct, and is there a crisis coming up because of its shortage for construction purposes? When talking about exhaustion of earth resources, we think about oil, water, minerals... But about sand – not really. We see it as an inexhaustible natural resource that can be found on beaches and in deserts. Is it possible that we could be wrong? It is being said that the sand drastically decreases, that world beaches have greatly shrunk, while at the same time its price has increased fivefold for the past 30 years. The construction industry consumes huge amounts of sand and the reason for the shortage is the construction boom caused by the migration of the population to the cities. At the same time, popular resorts revive their dying beaches with sand brought from other places. Worldwide, about 50 billion tons of sand are



период. Затова и по света черният пазар на тази важна за строителството съставка започва да процъфтява, алармират чрез медиите. Дали наистина проблемът с пясъка е реален?

На изчерпване

От 70-те години насам човечеството за все по-кратко време изчерпва природните ресурси, които планетата може да възстанови в рамките на година. Преди 30 години това се е случило на 15 октомври, а през 2018-а сме започнали да живеем на „екологичен кредит“ на 1 август, научаваме от публикация на Guardian. От няколко години насам медиите масово тиражират информацията как от определена дата човечеството започва да живее назаем и т. нар. ден на екологичния дълг настъпва все по-рано всяка година. Започваме да теглим от „главницата“ на нашата биосфера, вместо да живеем от нейната „лихва“, предупреждават експерти на WWF. Те сравняват свръхпотреблението с градинар, който не само яде плодовете на своето дърво,

used each year - twice as much as the quantity produced by the rivers for the same period. That is why the black market of this important construction component begins to thrive, the media warns us. Does the sand problem really exist?

Almost Depleted

Since the 1970s, mankind has been exhausting in an increasingly shorter time the amount of natural resources which the planet can recover within a year. Thirty years ago, it happened on October 15, and in 2018, on August 1, we began to live on an "ecological credit", a publication in Guardian informs us. For several years now, the media have been massively publishing the information that, from a certain date, mankind begins to live on credit, and the so-called ecological debt day is reached earlier every year. We start to withdraw from the "principal" of our biosphere, instead of living on its "interest rate," WWF experts warn. They compare over-consumption with a gardener who not only eats the fruit from his tree but also cuts his stem little by little. And the price at which we have to redeem our "debt" is very high. But how are these calculations made and to what extent they reflect the reality?

The End of the Cocoa

"Mark the date of January 1, 2020. When that day comes, the gap between world cocoa consumption and production will increase to 1 million tons, according to Mars and Barry Callebaut, which are among the world's largest chocolate producers.

The projected deficit, which will increase to 2 million tons by 2030, is due to disease, drought, new insatiable markets, and the fact that cocoa is gradually being replaced by more productive crops such as maize and rubber plant. As you read these lines, the world is exhausting the quantities of chocolate", wrote the luxury magazine Bloomberg Pursuits in 2014. Since then, a number of other publications predicting the end of chocolate have come out, but there have been also materials claiming that the chocolate market had reached its point of saturation. What should we believe in? Is the end of chocolate really approaching?

To Awaken Reason or to Make Noise

What do all these messages in the media indicate – a genuine concern for nature or just another attempt to "sell" fear. Yes, fear is a commonly used tool in marketing that aims to drive the audience to action. But would the fear of exhaustion of resources make mankind live smarter, or is it a noise that would only affect the price? Isn't the

но и малко по малко сече стъблото му. А цената, на която ще трябва да изкупим „дълга си“, е много висока. Но как се правят тези изчисления и доколко те отговарят на реалността?

Краят на какаото

„Отбележете си датата 1 януари 2020 г. С настъпването ѝ несъответствието между световната консумация на какао и производството му ще нарасне до 1 млн. т според „Марс“ и „Бари Калебаут“, които са сред най-големите производители на шоколад в света. Прогнозният дефицит, който до 2030 г. ще се увеличи до 2 млн. т, е заради болести, суша, нови ненаситни пазари, а и заради факта, че какаото постепенно се измества от по-продуктивни култури като царевича и каучук. Докато четете тези редове, светът изчерпва количествата шоколад“, пише луксозното списание *Vlootberg Pursuits* през 2014 г. Оттогава се появиха редица групи публикации, предвещаващи края на шоколада, но имаше и материали, които пък твърдяха, че пазарът на шоколад се е наситил. На кое да вярваме? Задава ли се краят на шоколада наистина?

Да събудим разума или да шумим

Проява на какво са всички тези съобщения в медиите – на истинска загриженост за природата или са просто част от поредната „продажба“ на страх. Да, страхът е често използвано средство в маркетинга, което цели да подтикне аудиторията към действие. Но дали страхът от изчерпването на ресурсите ще накара човечеството да живее по-разумно, или това е шум, който ще се отрази само върху цената? Търговията с квоти за вредни емисии не е ли всъщност проява на лицемерната загриженост за природата? Има теза, че тревогата как ресурсите свършват показва или навлизане в криза от свръхдобив, или насочване на вниманието към алтернативни технологии. Още през XIX век е събудено безпокойството, че въглищата са на изчерпване, докато днес се иска просто добивът им да бъде спрян. Периодично се пробужда и паниката, че петролът ще свърши. През 1914 г. Агенцията по минодобива на САЩ твърди, че страната има нефтени запаси за още



trade in emission allowances simply a manifestation of hypocritical concern about nature? Some believe that the anxiety about the exhaustion of resources indicates either the beginning of a crisis of surplus or a focus on alternative technologies. Back in the nineteenth century, concern was raised that coal is about to be depleted, and today the only demand is for its yield to be stopped. From time to time, panic that oil will end is also created. In 1914, the US Mining Agency claimed that the country had oil



Какаото става все по-дефицитна стока

Cocoa is becoming an increasingly deficient commodity

© Pixabay



Цената на пясъка се е увеличила петкратно за 30 г.

The price of sand has increased fivefold in 30 years

10 години. През 1939 г. Министерството на вътрешните работи заявява, че американските нефтени залежи ще се изчерпят след 13 години. През 70-те години на миналия век президентът Джими Картер обявява, че вероятно ще изчерпим всички открити запаси от нефт в света още до края на следващото десетилетие. Но ето че през 2019 г. все още имаме солидни залежи от нефт, а също и такива, които тепърва ще бъдат откривани чрез новите технологии за добив.

Човешкият отпечатък

Природата има свои механизми за саморегулация, като това ни най-малко не ни освобождава от отговорност за всичко, което правим по земята с ресурсите, с консумацията, с боклука. Нещата са доста по-сложни от твърдението, че природата ни е дала нещо „назаем“ и ние трябва внимателно да го използваме, за да остане и за тези след нас. Има много по-сериозни аргументи за разумната консумация и експлоатация на природните богатства от паниката, че утре земята ще бъде оголзана. Природозащитниците използват формулата ВНБТ: Влиянието = населението x благоденствието x технологиите. Според нея колкото повече хора има, колкото по-богати са те и с колкото повече технологии разполагат, толкова повече вредят на околната среда. На практика обаче отпечатъкът на човека върху природата отслабва именно заради новите технологии. Колкото по-голяма е производителността на заводите и на мините, колкото по-ефективни са фермите, толкова по-малко ще вредим на природата.

Всяка епоха и цивилизация ползват определени ресурси. Също така човечеството разполага с един твърде важен ресурс – човешкият ум. Новаторите винаги намират решение на всеки проблем и на всяка необходимост. Паниката май е ненужна, освен ако тя не преследва други цели. И все пак - да живеем разумно! (👍)

reserves for just 10 more years. In 1939, the Department of the Interior declared that US oil reserves would be exhausted in 13 years. In the 1970s, President Jimmy Carter announced that we would probably run out of all discovered oil reserves in the world by the end of the next decade. Yet, in 2019, we still have solid oil deposits, and adding those still to be discovered through new extraction technologies.

The Human Footprint

Nature has its own mechanisms of self-regulation, which does not relieve us of responsibility for everything we do on earth with its resources, with consumption and with rubbish, not at all. Things are a lot more complicated than the statement that nature has given us something "on credit" and we must use it carefully, so that there is enough remaining for those coming after us. There are much more serious arguments for the rational consumption and exploitation of natural riches than the fear that tomorrow the earth will drown. Conservationists use the IPPT formula: The Impact = Population x Prosperity x Technologies. According to it, the more people there are, the richer they are and the more technology they have, the more they damage the environment. In reality, however, man's footprint on nature is decreasing precisely because of new technologies. The higher the productivity of factories and mines, the more efficient the farms, the less we will be harming nature.

Every era and civilization use certain resources. Also, humanity has a very important resource – the human mind. Innovators always find solutions to any problem and any need. Panic may be unnecessary, unless it pursues other goals. Still, let's live wisely! (👍)



Рейтингова система по Оруел *Orwell's Rating System*

Новата китайска система за социални кредити изгровизира живота
в може би най-мащабния обществен експеримент в историята

*The New Chinese Social Credit System Gives Life to
the Most Massive Public Experiment in History*

Представете си свят, в който печелите точки за всички добри дела, които направите – например, ако си плащате сметките редовно, ако заделяте средства за благотворителност или помагате на околните. И ще можете да използвате тези точки, за да получите по-добра работа, да осигурите по-добро училище за детето си и дори да имате по-бърз интернет или да получите достъп до самолетен полет – услуги, придобили почти статут на универсално човешко право в съвременната цивилизация.

Е, тази система вече съществува – през последните месеци Китай я въведе пилотно в някои свои градове и планира през следващите години да я внедри за цялата територия на страната и всичките ѝ граждани.

Новата система за социален рейтинг на жителите, която беше анонсирана за първи път през 2014 г., обаче не се основава само на бонуси и придобивки. Тя има и силно репресивна страна за онези жители, които вместо да печелят, губят точки. А това може да се случи вследствие на голям брой действия, които комунистическата партия не одобрява – от вдигане на шум на публично място, през преминаване на червено и лошо поведение, до всевъзможни други действия, които не се харесват на властта в тоталитарната страна. Не си плащате редовно сметките? Детето ви ще трябва да напусне престижното училище и да отиде в по-лошо. Слушате прекалено високо музика във влака? Другия път няма да получите достъп до билет за влак или самолет. Не сте си платили данъците навреме? Няма да можете да получите застраховка при добри условия или повишение в работата.

Системите за рейтинг от този тип не са нещо ново и под една или друга форма съществуват от векове в повечето човешки общества. В основата им е концепцията за игровизация (gamification), която е

стара колкото човешката цивилизация

и е залегнала като принципи в основите на наказателното право, религията и други области от живота. Така например, за да предотвратят извършването на престъпления, властите в повечето държави прибегват до различни наказания и ограничения. Кражбата или убийството може да се накаже с лишаване от свобода, неплащането на данъци – с невъзможността да напуснеш страната си и т.н. В по-широк план тази концепция постепенно се наложи и в търговията чрез всевъзможни рейтинзи и награди за клиентите на компаниите. С развитието на информационните технологии през последните години тя търпи истински бум и днес е ключов елемент от платформи като Airbnb, Uber, услуги, базирани на местоположението, видеоигри, онлайн магазини и др.

Китай може и да не е пионер в това. В типичния си стил обаче комунистическата страна доразвива тези идеи, обхващайки в новата си система на практика целия живот. Резултатът е най-мощният и най-всеобхватният проект за социални кредити, който ще засегне всеки един жител на Поднебесната империя и много от компаниите, работещи в нея. Образование, транспортни и туристически услуги, търговия, наемане на работа, здравеопазване и застраховане – това са само част от областите, които ще бъдат засегнати от новата система. На практика тя ще бъде въведена в редица икономически сектори, засягайки както потребителите, така и компаниите в тях.

Онези, които не са толкова чувствителни към нарушаването на човешките права и тоталитаризма, може и да са

Imagine a world in which you earn points for all the good deeds you do - for example, if you pay your bills regularly, if you allocate funds for charity or help others. And you will be able to use these points to get a better job, to provide a better school for your child, and even to have a faster Internet or gain access to an airplane flight – services that have become almost universal human rights in modern civilization.

Well, this system already exists - China has introduced it in some of its cities in recent months and plans to implement it in the coming years for the whole territory of the country and for all its citizens.

The new social rating system for residents, which was first announced in 2014, is not based only on bonuses and benefits. It also has a highly repressive side for those people who, instead of earning, lose points. And this can happen as a result of a large number of actions that the Communist Party does not approve of – from being too loud in public, through crossing on a red light and having a bad behavior, to all sorts of other actions that are not to the liking of the authority of totalitarian country. You do not pay your bills regularly? Your child will have to leave the prestigious school and go to worse one. You are listening to music too loudly on the train? Next time you will not be able to get on a train or buy an air ticket. You have not paid your taxes on time? You will not be able to get insurance under good conditions or receive a job promotion.

Rating systems of this type are not new, and in one form or another they have existed for centuries in most human societies. At their core is the concept of gamification, which is

as ancient as the human civilization

and is enshrined as basic principles in the foundations of criminal law, religion and other areas of life. For example, in order to prevent crimes, authorities in most countries resort to different penalties and restrictions. Theft or murder can be punishable by imprisonment, tax evasion – by a ban to leave your country, and so on. In a broader sense, this concept has also gradually become necessary in trading through all sorts of ratings and rewards for customers of the companies. With the development of information technology in recent years, it has been a real boom and today it is a key element of platforms such as Airbnb, Uber, location-based services, video games, online stores and more.

China may not be a pioneer in this area. In its typical style, however, the Communist Party further develops these ideas, encompassing in its new system virtually all areas of life. The result is the largest and most comprehensive social credit project that will affect every citizen of the "Empire under the Sun" and many of the companies working in the country. Education, transport and tourism services, trade, employment, health and insurance – these are just some of the areas that will be affected by the new system. Practically, it will be implemented in a





на мнение, че подобна система ще има позитивен ефект върху живота, защото ще доведе до превенцията на редица противообществени прояви и ще мотивира повече жители да бъдат добри граждани. Други обаче виждат в нея опасен прецедент, който може да задълбочи тоталитарния контрол върху населението на комунистическата страна.

Притесненията

са в редица насоки. Дали новата система за социални кредити ще наказва единствено лошото и престъпно поведение, или ще бъде насочена и срещу дисиденти, които критикуват властта, но в същото време са добри граждани? Дали всички жители ще имат равен достъп до точки, или представителите на партийния елит ще се окажат облагодетелствани, а техни евентуални противообществени деяния ще бъдат скривани, за да не губят те своя рейтинг? И обратното – дали системата ще създаде каста от своеобразни парици, които получили веднъж лош социален рейтинг, никога няма да могат да подобрят живота си или този на децата си след това.

В добавка проектът води със себе си и редица въпросителни от чисто техническо естество. Как ще се събира, съхранява и обработва информацията за рейтинговата система, при условие че тя ще обхваща толкова много държавни и общински институции, както и частни корпорации? Кой ще има достъп до данните – ще могат ли например частните транспортни оператори, застрахователи или хотели, които ще са част от системата, да ги достъпват и променят? Как ще е защитена тя от пробиви? И дали изобщо Китай има ресурсите да реализира подобен проект? Когато най-голямата тоталитарна държава с най-многобройното население в света въвежда толкова мащабен социален експеримент, едва ли някой може да прогнозира какъв ще е резултатът. (1)

number of economic sectors, affecting both consumers and the companies operating within them.

Those who are less sensitive to human rights violations and totalitarianism might believe that such a system will have a positive effect on life because it will lead to the prevention of a number of anti-social phenomena and motivate more people to be good citizens. Others, however, see it as a dangerous precedent that can deepen totalitarian control of the Communist Party over the population.

There are worries

in a number of directions. Will the new social credit system only punish bad and criminal behavior, or will it also be directed against dissidents who criticize the authority but at the same time are good citizens? Will all residents have equal access to points, or the representatives of the Party elite will be favoured and their possible anti-social acts hidden, so that they do not lose their rating? And vice versa, will the system create a caste of pariahs who, in case of receiving poor social rating once, would never be able to improve their lives or that of their children afterwards.

In addition, there are a number of questions of a purely technical nature, related to the project. How will data for the rating system be collected, stored and processed, provided that it covers so many state and municipal institutions, as well as private corporations? Who will have access to this data - will it be possible for private transport operators, insurers or hotels which will be part of the system to access and modify the information? How will it be secured against break-ins? And does China have the necessary resources at all to implement such a project? When the largest totalitarian nation with the largest population in the world introduces such a grand-scale social experiment, one can hardly predict what the outcome would be. (2)

Законите на Космоса

The Laws of Outer Space



Четири водещи университета ще се опитат да въведат ред в космическото право

Four leading universities will try to introduce order into cosmic law



Александър Александров  Aleksandar Aleksandrov

Може и да не го осъзнаваме, но днес Космосът вече влияе осезаемо върху живота на всички ни. Телекомуникационните услуги, навигацията на корабите и самолетите, позиционирането на потребителски устройства щяха да бъдат много по-трудни или дори невъзможни без глобални сателитни системи като GPS, Inmarsat, Intelsat или Galileo. И това влияние тепърва предстои да се засили с възхода на частното космическо предприемачество. Ракетите на компании като Space X и Blue Origin тепърва ще правят история, а рано или късно човечеството ще започне да добива полезни изкопаеми от астероиди или други планети. САЩ пък през отминалата година обявиха плановете си да създадат космически войски.

При цялото това развитие в технологично и бизнес отношение прави впечатление изоставането на един друг аспект – регулаторната рамка, която би трябвало да определя

правилата на играта

в този перспективен нов сегмент. Днес космическо-

We may not be aware of it, but today, the outer space already has a tangible impact on the lives of all of us. Telecommunication services, navigation of ships and planes, positioning of consumer devices would have been much more difficult or even impossible without global satellite systems, such as GPS, Inmarsat, Intelsat or Galileo. And this influence is yet to be enhanced by the rise of private space entrepreneurship. Rockets of companies, such as Space X and Blue Origin, are about to make history, and sooner or later, humanity will begin to extract minerals from asteroids or other planets. The United States announced their plans to create space troops last year.

All this technological and business development makes it clear that another aspect is lagging behind – the regulatory framework that should define

the rules of the game

in this promising new segment. Today, cosmic law is at the

то право е на ниво от края на шейсетте и началото на седемдесетте години на миналия век. Период, в който Космосът беше доминиран от две национални суперсили – САЩ и СССР, частни компании не извършваха полети, а единствените цели на участниците в сектора бяха да изпреварят идеологическия противник.

При това гори и тогава в областта са създадени едва пет международни споразумения на Организацията на обединените нации, които са единствените наднационални документи в тази област до днес и които дори не са подписани от всички страни, извършващи космически полети. Това са Договор за Космоса (Outer Space Treaty), подписан през 1967 г., който е насочен към изследването и използването на космически тела и ресурси; Споразумението за спасяване (Rescue Agreement) от 1968 г., насочено към спасяването на астронавти и тяхното завръщане, както и завръщането на предмети, изведени в орбита от човек; Конвенцията за отговорност (Liability Convention) от 1972 г., която уточнява

кой носи отговорност

за щети, предизвикани от космически обекти; Конвенцията за регистрация (Registration Convention) за регистриране на всички обекти, изведени в Космоса, подписана през 1975 г., и Споразумението за Луната (Moon Agreement) от 1979 г., насочено към мисиите до естествения спътник.

Тези документи нямат задължителен характер и през годините редица страни са ги игнорирани при извършване на определени военни или научни мисии. Освен тях съществуват национални нормативни текстове, както и редица други документи в областта, създадени без цялостна идея за развитие на Космоса. Нормативната рамка в извънземното пространство те първа трябва да се актуализира и всяко усилие да бъде въведен ред в тази област е добре дошло.

Изследователи от няколко университета са решили да се заемат с тази задача в рамките на съвместен проект, наречен The Woomera Manual. Той има за цел да събере, изясни и публикува всички съществуващи закони, които имат отношение към космическите изследвания, разработки и милитаризация, както и да обедини позициите на експертите в областта. Екипът включва представители на Университета на Аделаида, Австралия, Университета на Ню Южен Уелс в Канбера, Австралия, Университета Ексетър, Великобритания, и Колежа по право на Небраска, САЩ.

Първата среща вече се състоя в края на февруари в САЩ, а предстои скоро такива да се организират и в Канада, Австралия и Европа. Очаква се крайният продукт да е Наръчникът Уомера. Той ще бъде публикуван през 2020 г. като първия по рода си

цялостен документ

обединяващ всички аспекти на космическото право, националната сигурност и развитието на военното дело, когато става въпрос за Космоса. Наръчникът ще включва знанието на десетки правни и космически експерти от целия свят и ще организира и представя всички вече съществуващи текстове в тази област.

Целта на екипа е по този начин да даде на политиците, лидерите на компании в сектора и други участници в бъдещото развитие на космическите изследвания и

level of the late 1960s and early 1970s. A period in which space was dominated by two national superpowers – the US and the USSR, private companies were not flying, and the sole purpose of the players in the sector was to overtake the ideological nemesis.

Even then, only five international agreements of the United Nations were reached, which are the only supranational documents in this area to date, and which have not even been signed by all countries carrying out space flights. These are the Outer Space Treaty, signed in 1967, which focuses on the exploration and use of space bodies and resources; the Rescue Agreement of 1968, which focuses on rescuing astronauts and their return, as well as the return of objects orbited by humans; the Liability Convention of 1972, which specifies

who is responsible

for any damage caused by space objects; the Registration Convention for registering all space-based objects, signed in 1975, and the Moon Agreement of 1979, which focuses on missions to the natural satellite.

All these documents are not binding, and over the years, many countries have ignored them while carrying out certain military or scientific missions. Besides them, there are national regulatory texts, as well as a number of other documents in the area, created without a full understanding of the development of the cosmos. The regulatory framework in outer space is yet to be updated and every effort to bring order into this area is welcome.

Researchers from several universities have decided to take upon this task within a joint project called “The Woomera Manual.” It aims at gathering, clarifying and publishing all existing laws, relevant to space research, development and militarization, as well as bringing together the positions of experts in the area. The team includes representatives of the University of Adelaide, Australia, the University of New South Wales in Canberra, Australia, the University of Exeter, UK and the Nebraska College of Law, USA.

The first meeting was already held at the end of February in the United States, and similar meetings are soon to be held in Canada, Australia and Europe. The final product is expected to be the Woomera Manual. It will be published in 2020 as the first-of-a-kind

comprehensive document,

integrating all aspects of space law, national security and military developments concerning the outer space. The manual will include the knowledge of dozens of legal and space experts from around the world and will organize and present all existing texts in the area.

So, the goal of the team is to give policy makers, company leaders from the sector and other actors in the future development of



бизнес една основа, позволявайки им да взимат по-добре информирани решения. Проектът ще засегне всички сателити и други обекти, изведени до момента в извънземното пространство. Той обаче ще погледне и по-напред в бъдещето – към колонизирането на Луната и други небесни тела, опитвайки се да постави най-адекватните правни въпроси, свързани с него.

Въпроси, които стават все по-належащи с развитието на частните космически компании и перспективите за минодобив на астероидите, както и за частни полети до Луната и Марс. Днес този бранш се развива по правилата на „Дивия запад“, но първата стъпка към регулирането му вече е направена и не е изключено, ако някой ден Илон Мъск все пак успее да достигне до Марс, да открие, че там ще подлежи на още по-сериозна регулация от тази на финансовите пазари на Земята, с която се сблъска съвсем наскоро. (1)

space research and business a basis, allowing them to make better informed decisions. The project will affect all satellites and other objects that have been carried to the outer space so far. It will, however, look forward to the future – to the colonization of the Moon and other celestial bodies, trying to include the most appropriate legal issues related to it.

Issues that are becoming more urgent with the development of private space companies and prospects for asteroid mining, as well as private flights to the Moon and Mars. Today, this industry is developing by the Code of the West, but the first step towards its regulation has already been taken, and it is not out of the question if one day Elon Musk, when he finally gets to Mars, finds out that there, he will be subject to even more serious regulation than that of the financial markets on Earth, which he had to face recently. (1)



Електроцентрала в КОСМОСА

Александър Александров  Aleksandar Aleksandrov

Енергийните нужди на човечеството ще продължават да нарастват през следващите години. За цивилизация, базирана на информационните технологии, енергията се налага като ключов фактор, определящ успеха и провала. Същевременно климатичните проблеми стават все по-сериозни и това превръща енергията от слънцето и останалите възобновяеми източници във все по-важен фактор за устойчивото развитие на планетата.

Соларните панели вече са обичайна гледка в полетата на десетки страни по света, а компании от целия свят се надпреварват да обявяват все по-големи проекти в тази област. Китай обаче възнамерява да изведе тази концепция до следващо ниво, залагайки на събирането на слънчева енергия направо от

околоземна орбита

Представете си космическа соларна електроцентрала, която ще обикаля в орбита около планетата на 36 000 км височина и ще произвежда там електроенергия от слънчеви лъчи. Това е идеята на учени от Китайската академия за космически технологии, които планират първите по-малки такива проекти да са в орбита между 2021 г. и 2025 година. Очаква се постепенно тяхната

Power Plant in Space

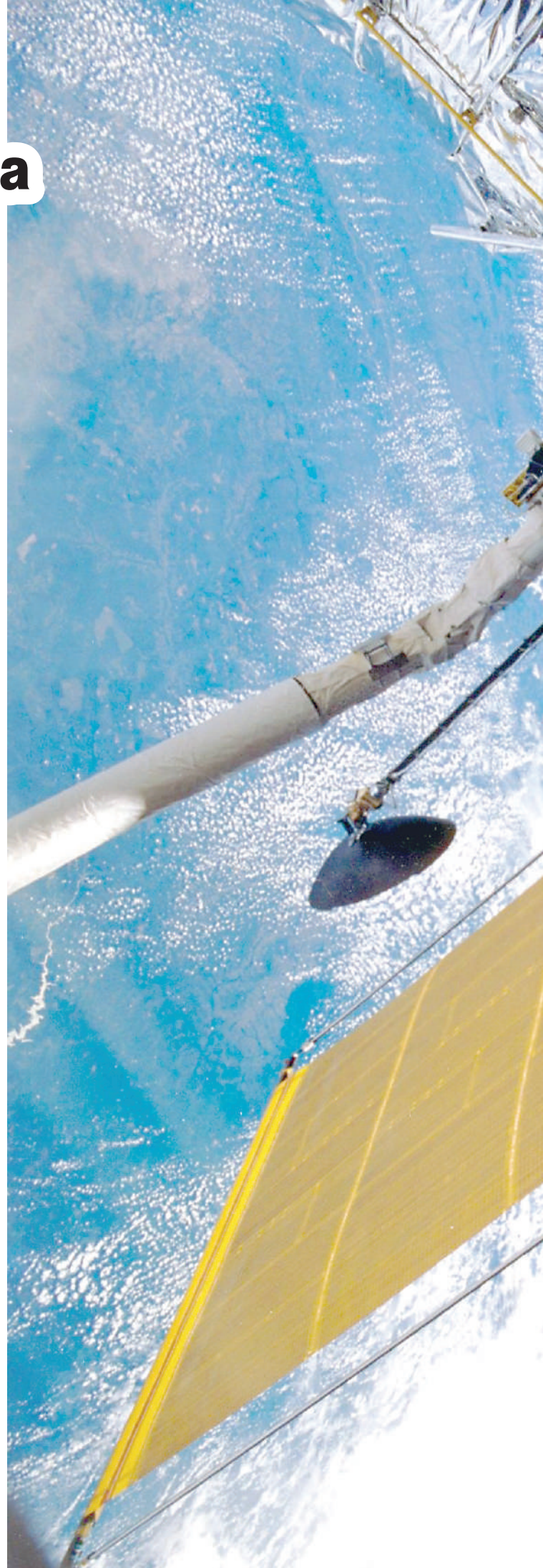
The energy needs of mankind will continue to increase in the next years. For a civilization, based on information technology, energy is a key factor that determines success and failure.

At the same time, climate problems are becoming more and more serious, making energy from the sun and other renewable sources an increasingly important factor for the sustainable development of the planet.

Solar panels are now often seen in the fields of dozens of countries around the world, and companies from all over the world are competing to announce ever larger projects in the area. China, however, intends to bring this concept to the next level, relying on the collection of solar energy directly from the

Earth's orbit

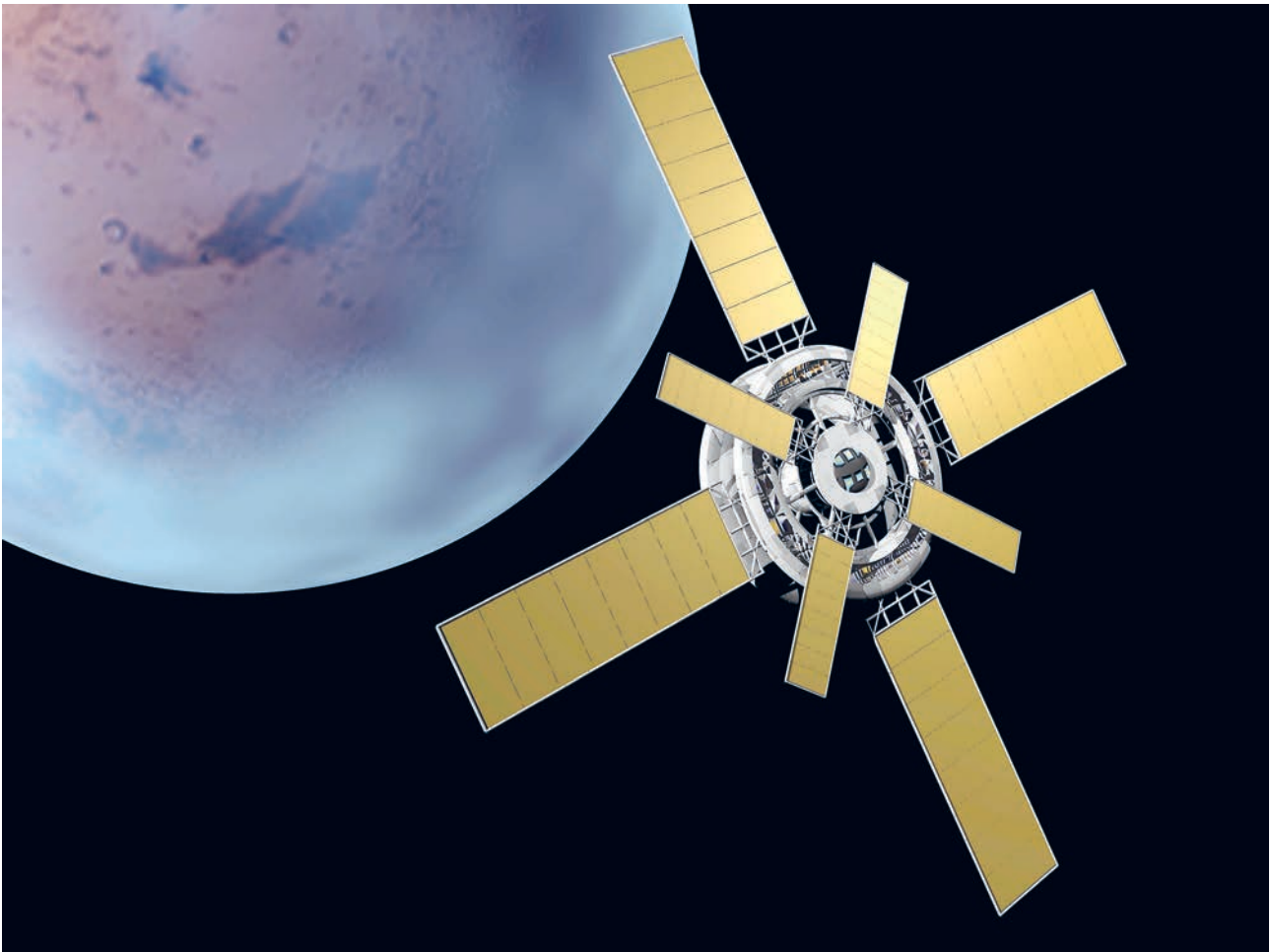
Imagine a space solar power plant, which will be orbiting around the planet at a height of 36,000 km and will produce solar energy there. This is the idea of scientists from the





Китай е на път да поведе още една технологична надпревара, която може да промени енергетиката. Ако е възможно за реализация ...

China is about to take the lead in yet another technological race that can change the energy industry. If it is possible to make it happen...



мощност да се увеличава и с времето да се превърнат в пълноценна част от енергийния микс. До 2030 г. плановете на екипа са да създаде подобна станция с мощност мегават.

Истината е, че сходни идеи в различни моменти са анонсирани и Американската космическа агенция NASA, както и учени от Япония, Индия, Калифорнийския технологичен институт и др., макар и никога все още да не се е заел с реализацията им. В днешния свят на все по-намаляващи изкопаеми горива кой не би искал да е лидер в енергийния подсегмен на бъдещето и да се сдобие с

неизчерпаем източник на енергия

Предимствата на подобна технология са огромни. Орбиталните електроцентрали биха могли да работят почти 24 часа в денонощието. При това – напълно независимо от атмосферните условия на Земята и други фактори, които днес оказват влияние на съществуващите соларни паркове. Според източници от Китайската академия за космически технологии подобен комплекс ще може „надежно да доставя енергия 99% от времето, при шест пъти по-голяма интензивност“ в сравнение със слънчевите инсталации на Земята. При условие, че той все пак бъде създаден.

Преизвикателствата

са много и от най-различен характер. Най-голямото сред тях обаче е свързано с преноса на вече произведената в Космоса електроенергия до повърхността на

Chinese Academy of Space Technology, who plan the first smaller projects like this one to be in orbit between 2021 and 2025. It is expected that their capacity will gradually increase, and over time, they will play a full-time role in the energy mix. By 2030, the team plans to create such a megawatt power station.

The truth is that at different times, similar ideas have been announced by the US NASA Space Agency, as well as scientists from Japan, India, the California Institute of Technology, etc., although nobody has started their realisation yet. In today's world of ever so diminishing fossil fuels, who would not want to be a leader in the energy sub-segment of the future and get a

inexhaustible source of energy

The advantages of such technology are enormous. Orbital power plants could work almost 24 hours a day. What is more – being completely independent of the Earth's atmospheric conditions and other factors that now affect the existing solar parks. According to sources from the Chinese Academy of Space Technology, such a complex will be able to “reliably deliver energy 99% of the time at six times greater intensity” compared to solar installations on Earth. Provided it is created.

The challenges

are many and of a different character. The biggest one, however, is related to the transfer of electricity, already

планетата. Това, според китайските учени, би могло да се осъществи чрез електромагнитен лъч или лазер до специална наземна станция, която да приема енергията и да я преобразува впоследствие. И двете обаче могат да се окажат изключително опасни. Безжичният пренос на електроенергия не е новост и подобни опити в по-малки мащаби се правят от десетилетия. Никои обаче няма опит с толкова мащабен проект, при който енергия да бъде пренасяна на хиляди километри от Космоса до Земята. Рисковете са много – от неправилно насочване на енергийния лъч и попадането му примерно в населено място, до все още неизвестни екологични проблеми, свързани с неговото преминаване през атмосферата.

Инженерните предизвикателства около самата реализация на проекта също не са малко. Очаква се подобен орбитален комплекс да тежи над 1000 тона. За сравнение Международната космическа станция, която е най-големият обект в околоземна орбита, създаден от човека, тежи около 400 тона. Това означава, че за реализацията на проекта китайските учени ще се нуждаят от най-добрите постижения на инженерната мисъл в области като материалознанието, 3D принтирането – за да могат да произвеждат нужните компоненти направо в орбита, както и добиването на ресурси в Космоса – една област, която тепърва прохожда.

През последните години Китай многократно показва амбициите си да бъде пионер в редица области на технологиите, но все още е рано да се прогнозира дали ще има капацитета да реализира подобно начинание. Ако успее обаче, страната ще стане пионер в един обещаващ нов подсегмент, който може да се окаже решение на енергийните проблеми на човечеството. И в добавка – да обезпечи с неограничена енергия евентуалната космическа експанзия на цивилизацията ни. (1)

produced in space, to the surface of the planet. That, according to the Chinese scientists, could be done by an electromagnetic beam or a laser to a special ground station that could receive the energy and convert it later on. However, both can be extremely dangerous. Wireless energy transmission is not a novelty, and similar attempts at smaller scales have been made for decades. No one, however, has experience with such a large-scale project where energy can be transmitted over thousands of kilometres from space to Earth. The risks are many – from incorrectly targeting the energy beam and it falling down, for example, on a settlement, to still unknown ecological problems related to its passage through the atmosphere.

The engineering challenges around the project itself are also many. An orbital complex is expected to weigh over 1000 tons. In comparison, the International Space Station, which is the largest orbiting object created by man, weighs about 400 tons. This means that for the implementation of the project, the Chinese scientists will require the best achievements of engineering in areas such as material science, 3D printing – in order to be able to produce the required components directly in orbit, as well as the extraction of resources in space – an area, which is taking its first steps.

In recent years, China has repeatedly shown its ambition to be a pioneer in a number of areas of technology, but it is still too early to predict whether it will have the capacity to realise such an undertaking. If it succeeds, however, the country will become a pioneer in a promising new sub-segment, which may be a solution to the energy problems of mankind. And in addition – to provide unlimited energy for the possible expansion of our civilization into space. (1)



Златните ръце на терапевта

Боуен е техника, която помага за възвръщане на здравословния баланс в тялото. По света и у нас има мрежа от такива специалисти



The Golden Hands of the Therapist

Яна Колева  Yana Koleva

Много улеснения и липса на движение – това наричаме съвременен начин на живот. Ако нещо ни заболи, отиваме на лекар, който обикновено ни предписва лекарства. От малки се лишаваме от вътрешните инстинкти да се самолечуваме. За да оздравее, човек първо трябва да повярва, че има вътрешни сили да се справи с проблема. Лечебен ефект има онова, за което интуитивно сме убедени, че ще ни помогне, казва терапевтът Георги Хамамджиев. Той практикува Боуен терапия, остеопатия, декомпресия на гръбначния стълб и други мануални мекотъканни техники. Има кабинет за медицинска рехабилитация ФИЗИО-МЕД.

Боуен терапията е форма на естествено лечение чрез уникален начин на нервно-мускулно възстановяване. Все повече специалисти в България прилагат тази техника, позната по цял свят, съчетавайки я с уменията си на лекари, кинези- и физиотерапевти или рехабилитатори. Накратко – това е нежна, холистична, неинвазивна, но ефективна грижа за здравето. Създадена е от австралиеца Том Боуен в средата на миналия век.

Представяме ви двама от практикуващите Боуен терапевти, които помагат да си помогнете сами.

Мany conveniences and a lack of movement – this is what we call a modern way of life. If something starts hurting, we go to a doctor who usually prescribes us medications. From an early age, we are deprived of our inner instincts to heal ourselves. To heal, one must first believe that they have the internal power to deal with the problem. The thing that has a healing effect is what we are intuitively convinced will help us, says the therapist Georgi Hamamdzhiev. He practices Bowen therapy, osteopathy, spine decompression and other manual soft tissue techniques and has a medical rehabilitation cabinet – PHYSIO-MED.

The Bowen therapy is a form of natural healing through a unique method for neuromuscular recovery. More and more specialists in Bulgaria apply this technique, known all over the world, combining it with their skills as doctors, kinesiotherapists and physiotherapists or rehabilitators. In short – it's a gentle, holistic, non-invasive, but effective health care. It was created by the Australian Tom Bowen in the middle of the last century.

Here are two of the Bowen practitioners who can help you to help yourself.

Bowen is a technique that helps for the restoration of the healthy balance in the body. Around the world and in Bulgaria, there is a network of such specialists



Красимир Свраков  Krasimir Svrakov

Георги Хамамджиев: Атакувайте болката с движение

*Georgi Hamamdzhiev:
Attack the pain with movement*

Към Георги Хамамджиев се обръщат хора, опитали горчивия вкус на не едно лечение. Те обаче са усетили, че има нещо, което все пак може да реши техния проблем. Неговата „Вълшебна“ гумичка е „Атакувайте!“. И наистина, в практиката си столичният терапевт се е убедил, че чрез движение мнозина успяват сами да се възстановят, ако не изцяло, то поне частично. Той напомня, че трябва да полагаме повече усилия за собственото си здраве, още преди то да ни напомни за себе си.

Хамамджиев има своите уроци, в които от личен опит е разбрал какво е болката, как тя се появява и преодолява.

Първи урок: Проглеждане

Преди време си прави рентгенова снимка на гръбначния стълб и се установява, че липсва един диск между два прешлена. На другия ден се събужда със силни болки в кръста. Минават три седмици, докато излезе от този психологически капан. Така се убеждава какво нещо е силата на мисълта и как сам може да си причини физическа болка. Започва да наблюдава пациентите си и забелязва, че обикновено те идват с физически и психически проблем, като вторият е по-тежък. Оттогава лекува и тялото, и душата.

Втори урок: Приземяване

На 33 години Хамамджиев тежал над 120 кг, но за година и половина с активен двигателен режим свля

Georgi Hamamdzhiev is sought by people who have tried the bitter taste of many treatments. However, they have felt that there is something that can still solve their problem. His magic word is "Attack!" And indeed, in his practice, the therapist from Sofia has convinced himself that through movement, many succeed in recovering themselves, if not entirely, at least partially. He reminds us that we need to make more efforts for our own health, even before it reminds us of itself.

Hamamdzhiev has learned his own lessons, having a personal experience what pain is, how it appears and how it can be overcome.

First lesson: Awakening

Some time ago, he had a spine X-ray and found that there was one disc that was missing between two vertebrae. The next day, he woke up with severe pain in his lower back. Three weeks passed until he got out of this psychological trap. This is what convinced him of the power of thought and how one can cause themselves physical pain on their own. He started to monitor his patients and noticed that they usually come with a physical and mental problem, the second being stronger. Since then, he heals both the body and the soul.

Second lesson: Landing

At 33, Hamamdzhiev weighed over 120 kg, but in a year

40. Тогава литва. Грешка в храненето и се заразява от салмонела. След лечение в Инфекционната болница се чувства като медуза, изхвърлена на пясъка. Трябват му 8 месеца, за да възвърне предишните си сили. Разбира колко им е трудно на хората да се възстановят след инцидент.

Трети урок: Патова ситуация

Една вечер ляга на килима вкъщи заедно с дъщеричката си, но когато идва време да стане, получава остра болка, от която секва дори мисълта му. На сутринта се събужда с още по-силна болка, а в кабинета ще го чакат пациенти. Успява да се раздвижи с крос-тренажора вкъщи, преодолявайки непоносимата болка, както всъщност съветва и пациентите си. Следва изводът, че неправилната поза може да изненада дори човек в добра физическа кондиция. И най-важното – силната физическа болка може да се преодолее с физически усилия.

Четвърти урок: Дар от съдбата

Катастрофира с мотора си, блъснат от кола. Жестко натрошен се озовава в „Пирогов“. След седмица го изписват и той избира да остане сам в кабинета си с двете патерици. Започват дни на епична битка с болката. През втората седмица му се обажда приятел, който се е схванал. След като успява с двата си здрави пръста да му помогне, започва да приема и други пациенти. След още две седмици графикът му за прием е изцяло пълен. В резултат на всичко това през втория месец се качва на велосипед, а на деветия месец отива да кара ски. Така се убеждава, че с воля и постоянство човек може да се справи с твърде тежки травми.

Днес Георги Хамамджиев твърди, че болката е вътрешният глас на тялото. Тя е следствие от действие и бездействие, като най-често се дължи на нарушения в кръвообращението. Затова съветът му е: Атакувайте болката с движение. И постоянно намира доказателства, че тази формула работи безотказно.

and a half, with an active exercise regime, he lost 40 kg. Then, he was flying. Because of a nutrition mistake he was infected with salmonella. After treatment at the Infectious Hospital, he felt like a jellyfish thrown into the sand. It took him 8 months to regain his previous strength. He realized how difficult it was for people to recover after an accident.

Third lesson: Deadlock

One evening, he lied on the carpet at home with his daughter, but when it was time to get up, he had a sharp pain due to which he was unable to even think. He woke up in the morning with an even stronger pain while his patients were waiting for him in his cabinet. He managed to get a little exercise on his cross training machine at home, thus overcoming the unbearable pain, as he had actually been advising his patients. The conclusion followed that a wrong posture can surprise even a person in a good physical condition. And most importantly – strong physical pain can be overcome by physical efforts.

Fourth lesson: Gift of Fate

He had an accident with his bike in which he was hit by a car. Seriously crushed, he found himself in Pirogov. After a week, he was discharged and he chose himself to stay alone in his cabinet with the two crutches. Days of epic battle with pain began. In the second week, he was called by a friend who had gotten stiff. Once he succeeded helping him with his two healthy fingers, other patients started going to him, too. After two more weeks, his schedule was completely full. As a result of all this, he got on a bicycle in the second month, and on the ninth month, he went skiing. Thus, he was convinced that with will and perseverance, one can cope with very severe injuries.

Today, Georgi Hamamdzhiev claims that pain is the inner voice of the body. It is a consequence of action and inaction, most often due to disorders in the blood circulation. So his advice is: Attack the pain with movement. And he constantly finds evidence that this formula works flawlessly.



Човекът е като електрическата крушка: стъклото и фасонката са неговото тяло, електричеството е духът, а светлината е душата. Боуен помага крушката да свети, казва Георги Хамамджиев

A man is like a light bulb: the glass and the holder are their body, the electricity is the spirit, and the light is the soul. Bowen helps the light bulb light up, Georgi Hamamdzhiev says

Иван Николов, кинезитерапевт в школата на ПФК „Лудогорец“ в Разград: **Събуждам вътрешния доктор**

*Ivan Nikolov, kinesitherapist in the
school of PFC Ludogorets in Razgrad:
I Wake Up the Inner Doctor*

Иван Николов е кинезитерапевт, завършил образованието си наскоро. Как е стигнал до Боуен терапията? Няколко души споделили за невероятния ефект, който са имали след прилагането на тази техника. Първоначално си казал, че тя е натоварена с прекалено големи очаквания. Но след като позитивните отзиви продължили, особено при пост-травматични контузии, решил да започне изучаването на уникалния метод. Работата в ПФК „Лудогорец“ е голямо изпитание за неговите умения.

За бързото възстановяване

на играчите се налага да комбинира различни техники. При навехнат глезен например съчетава Боуен с други лечебни методи и постига забележителни резултати.

От практиката се е убедил, че в много от случаите Боуен терапията е „оръжието“, с което може да се управлява здравето. Ефект се регистрира при твърде широк диапазон от заболявания. „За приложението на този метод няма възрастови ограничения. Правилното му прилагане решава проблемите с болката, но отстранява и самия проблем“, казва Иван Николов. Напоследък той помага на бебета и малки деца и се убеждава какъв невероятен ефект дава Боуен при колики, никнене на зъбки, неспокоен сън.

Съветът му към всички е да се движат, защото движението е здраве. И още: да пият много вода. Това е

Вълшебната комбинация

за поддържане на здрав дух в здраво тяло. Най-често болката е тази, която води при Боуен терапевт. Но преди да се обърнете за външна помощ, опитайте да си помогнете сами с движение и масажи. Ако не се справите, тогава потърсете специалист. Боуен задава програма, чрез която тялото се самоллекува, обяснява Иван Николов. (1)



Ivan Nikolov is a kinesiologist who has recently completed his education. How did he get to the Bowen therapy? Several people shared the incredible effect they had after applying this technique. At first he told himself that it was overloaded with too high expectations. But after the positive comments continued, especially in cases of post-traumatic injuries, he decided to start studying the unique method. The work at PFC Ludogorets was a great test for his skills.

For their quick recovery

players have to combine different techniques. In case of a sprained ankle, for example, he combines Bowen with other healing methods and achieves remarkable results.

He has learned from experience that in many cases the Bowen therapy is the “weapon” with which health can be managed. An effect is recorded in a very wide range of diseases. “There are no age limits for the application of this method. Its correct application solves pain problems, but it also eliminates

the problem itself,” Ivan Nikolov says. He has been helping babies and young children lately and is convinced of what incredible effect Bowen has in colic, teething, restless sleep.

His advice to everyone is to move because movement is health. And more: To drink a lot of water. This is

the magic combination

in order to maintain a healthy spirit in a healthy body. Most often pain is the thing that leads people to a Bowen therapist. But before you turn to an outside help, try to help yourself with movement and massages. If you cannot help yourself, then look for a specialist. Bowen sets a program through which the body heals itself, Ivan Nikolov explains. (2)

Езикът на изрисуваното тяло

Татуирането вече е голяма индустрия, а не джобен бизнес, уверяват Димитър Димитров и Диана Брешкова



The Language of a Painted Body

Tattooing is already a big industry and not a pocket business, Dimitar Dimitrov and Diana Breshkova assure

Яна Колева  Yana Koleva

Темата за татуировките предизвиква крайни реакции. Харесва ни или не, това е бизнес, който напоследък стремглаво пораства. Но нека да припомним, че през 787 г. тогавашният папа Адриан I обявява татуса за езически ритуал и го забранява. Тази мярка възпира татуирането като практика в Европа чак до XVIII век. Днес предразсъдъкът и обожанието са паралелни вселени. Бизнесът, свързан с татуировките, влезе в полезрението и на Европейската комисия, която изрази намерение за по-строг контрол заради наличието на опасни оцветители в боите.

Ще ви срещнем с едно българско семейство, което добре познава този бизнес както в България, така и във Великобритания. Димитър Димитров развива веригата студио „Mitko tattoo“, а съпругата му Диана Брешкова доскоро беше негов пръв помощник. Сега тя тръгна по свой път в живописата.

Развитие

Татуировката е изразяване на личността, начин да покажеш, че си различен.

За едни е емоция, за други - проява на индивидуален стил, но като цяло татуирането става все по-добър бизнес, стига да знаеш как да го управляваш. Не е никак лесно. Първото условие е да си много добър художник, а ако искаш да имаш свое студио, са нужни и мениджърски умения. Има редица правила, които трябва стриктно да се спазват, в това число хигиенни и здравни, разказва Димитър Димитров. Той започва да се занимава с татуировки още през 1997 г. като студент във Великотърновския университет: „Станах татуист, защото беше нов вид изкуство. В началото дори нямаше кой да ни покаже. С годините разбрах, че е призвание, отговорност,

Тhe topic of tattoos causes extreme reactions. Like it or not, this is a business that has been growing vigorously lately. But let us not forget that in 787, the acting Pope Adrian I proclaimed tattoos as being a pagan ritual and forbade them. This measure discouraged tattooing as a practice in Europe until 18th century. Today, prejudice and adoration exist in parallel worlds. The tattoo business has also come to the attention of the European Commission, which expressed its intention for a tighter control over the presence of dangerous colouring agents in paints.

We will present to you a Bulgarian family that knows this business well, both in Bulgaria and the UK. Dimitar Dimitrov develops the Mitko Tattoo chain of studios, and his wife, Diana Breshkova, was his first assistant until recently. Now, she has set in her own way in painting.

Development

A tattoo is an expression of personality, a way to show that you are different.

For some, it is an emotion, for others – an expression of an individual style, but as a whole, tattooing is becoming a good business, as long as you know how to manage it. It's not easy. The first condition is to be a very good artist, and if you want to have your own studio, you also need managerial skills. There are a number of rules that must be observed strictly, including hygiene and health, Dimitar Dimitrov says. He got involved in tattooing in 1997 as a student at the University of Veliko Tarnovo: "I became a tattooist because it was a new kind of art. At first, there was not even one person that could show us





стремеж да гадеш най-доброто от себе си“. С Диана са съученици от художествената паралелка в Горна Оряховица. После са заедно и в университета, където той завършва иконопис, а тя – графика. След като се дипломира, изцяло се фокусират върху татуировките. Година наред Димитър работи на Слънчев бряг, а тя му помага с гизайна и организационната работа. Но през 2010 г. решават да рискуват и заедно с двете си деца заминават за Лондон.

Професионални стандарти

Трябва му време да се ориентира в новата среда и преди да се реши да създаде свой бизнес, две години Димитър работи като нает тату артист. „Ако нашата администрация е мудна, там направо е убийствена“, казва от личен опит. Докато отворят първото студио, чакат половин година за разрешителното, а през това време плащат наем за помещението. Сега Димитър е собственик на три тату студиа в Англия – едното е в Лондон, другото е в близост до британската столица, третото е на Крайбрежието. За всяко се издава отделно разрешително, а на общината се плаща лицензна такса. За да покаже уменията си, участва в големи международни изложения, същевременно членува в Асоциацията на тату артистите - това помага бизнесът му да се развива по-добре.

Месечният разход за лондонското студио на Димитър, което не е в някой от най-скъпите квартали, средно е около 3 хил. паунда, без в това число да влизат лицензните такси и заплатите. Използват се качествени консумативи, които са скъпи.

Мода ли е

Татуирането не е временна мода, макар да има и мощни тенденции. Дори в България бизнесът набира скорост в последните 10 години, правят се татуировки на високо професионално ниво, сочат наблюденията на Димитър. Портфолиото на всеки татуист е ориентир за неговите умения и стил. И тъй като татуировката остава за цял живот, Димитър е разубеждавал потенциални клиенти да се откажат – когато са под 18, когато някой влюбен млад мъж иска на видимо място да изпише името на любимата жена, или ако някой младеж иска татуиров-

how to do it. Over the years, I realized that it is a vocation, a responsibility, a desire to give your best.” Diana and he were classmates from the arts class in Gorna Oryahovitsa. Later, they were together at the university, where he graduated in Iconography, and she – in Graphic Design. After completing their education, they focused entirely on tattoos. For years Dimitar has been working in Sunny Beach, and she has been helping him with design and organizational work. But in 2010, they decided to take the risk, and together with their two children, they went to London.

Professional Standards

He needed time to become acquainted with the new environment, and before deciding to set up his own business, Dimitar had been working as a tattoo artist for other people for two years. “If our administration is sluggish, there, it is just deadly,” he says from personal experience. They waited half a year for a permit to open their first studio, and during that time, they had to pay the rent for the room. Now Dimitar owns three tattoo studios in England – one in London, the other one near the British capital, and the third one is on the Coastline. A separate permit is issued for each and a license fee is paid to the municipality. In order to show his skills, he has participated in big international exhibitions, at the same time being a member of the Tattoo Artists Association – this helped his business develop better.

The monthly cost for Dimitar’s London studio, which is not in one of the most expensive neighbourhoods, is about 3,000 pounds on average, excluding license fees and wages. We use quality materials that are expensive.

Is It a Fashion

Tattooing is not a temporary fashion, though there are fashion trends. Even in Bulgaria, this business has been gaining momentum in the last 10 years, tattoos are made on a highly professional level now, Dimitar’s observations show. The portfolio of every tattooist is a reference point for their skills and style. And since tattoos remain for life, Dimitar has persuaded potential clients to quit – when they are under 18, when a young man wants the name



ка върху лицето си като на Майк Тайсън. Това може да попречи на кариерата ви, предупреждава той хората с малък житейски опит. Наблюденията на Димитър и Диана показват, че татуировката на видимо място върху тялото може както да спре нечие кариерно развитие, така и да даде силен старт – въпрос на сфера и културна парадигма. Търговец на хранителни добавки за фитнес индустрията им споделил, че след като си направил татуировка, бизнесът му скочил нагоре.

Личен избор

Имат ли връзка татуировките със социалния статус и финансовото благосъстояние: „В Япония има, но в Европа ситуацията е друга. Хора от най-различни прослойки – дори лекари, адвокати, хора с голям бизнес, си правят татуировки. Богатите обикновено ходят при най-известни татуисти, макар това да не им гарантира най-добри резултати. Димитър е правил татуировка на шотландски лорд, собственик на известна строителна компания. Той видял рекламите на студиото в интернет, харесал начина му на работа и решил да се довери на българина да изрисува върху тялото му неговия фамилен герб. Във Великобритания дори кралски особи си правят татуировки и наскоро в един от британските таблоиди е имало статия за това.

Кураж и постоянство

В този бизнес се влиза с кураж, после се иска постоянство и усърдие за непрестанно развитие. Важно е да създадеш добро име сред клиентите и респект в професионалната общност, уверява Димитър. Сега отварят студио във Велико Търново. Диана обаче смята, че е дошло време да даде свобода на художника в себе си и сигнал за това беше нейната изложба „Повърхности“ в столичната галерия „Гешов“ през февруари. Платната са в стилистиката на хиперреализма. Акцентът е върху татуираното тяло и кожата като място на досътворяване, но и като възможност за промяна на идентичността. Татуирането дава видимост на нещо скрито или е маска на нещо явно, обяснява майсторката на четката.

Димитър Димитров и Диана Брешкова са артисти, намерили не само своя начин на изразяване, но и на своята наистина добра професионална реализация. (V)

of his beloved woman written on a visible spot, or if a young person wants a tattoo on their face like Mike Tyson. This can hinder your career, he warns people with little life experience. Dimitar and Diana's observations show that a tattoo on a visible place on the body can both stop someone's career development and give a strong start – it's a matter of area and cultural paradigm. A nutrition trader for the fitness industry told them that after he had his tattoo, his business shot up.

Personal Choice

Are tattoos related to the social status and financial well-being: "They are in Japan, but in Europe, the situation is different. People from different backgrounds, even doctors, lawyers, business people, have tattoos. Rich people usually go to the most famous tattooists, although this does not guarantee the best results. Dimitar has made a tattoo for a Scottish lord, owner of a famous construction company. The lord saw the ads of the studio on the Internet, liked his way of work and decided to trust the Bulgarian to paint his family coat of arms on his body. In the UK, even royalties have tattoos, and recently, there was even an article in one of the British tabloids about it.

Courage and Perseverance

One should enter this business with courage, then perseverance and diligence are required for a continuous development. It is important to create a good name among clients and respect in the professional community, Dimitar assures. Now, they are opening a studio in Veliko Tarnovo. Diana, however, thinks that it is time to give freedom to the artist inside her, and a signal for that was her exhibition "Surfaces" at the Geshov gallery in Sofia in February. Her paintings are made in the style of hyperrealism. The emphasis is put on the tattooed body and the skin as a place of creation, but also as an opportunity to change ones identity. Tattooing gives visibility to something hidden or is a mask for something obvious, the master of the brush explains.

Dimitar Dimitrov and Diana Breshkova are artists who have found not only their own way of expression but also their really good professional realization. (V)



Оазис на изкуството в центъра на София

*An Oasis of Art in the
Centre of Sofia*



CROCIFISSIONE
DI GERGO CSIZTO

2011, 60 x 48 cm.

THE CRUCIFIXION
OF CHRIST

2011, 60 x 48 cm.

Ако се намирате в центъра на София, непременно се отбийте в арт галерия „Нюанс“ на ул. „Иван Денкоглу“ 42. Там винаги има нещо красиво и срещата с майсторите на изобразителното изкуство ще ви зареди. Изложбите периодично се сменят и пред ценителите се разкриват както неизвестни таланти, така нови търсения на познати и неготам познати автори. Ще ви представим Лили Владимирова, която е не само собственик и върховител на галерията, но е и автор на икони.

Път

Завършила е Националното училище за изящни изкуства „Илия Петров“ в София, следва монументална живопис при проф. Димо Заимов в Националната художествена академия. След като се дипломира, проектира и изписва кръщелната зала и иконите в централния корпус на църквата „Свети Георги Победоносец“ в София. После за 10 години напълно се отдава на децата и семейството си. През 2007 г. се завръща в изкуството, като с още по-голяма страст и любов започва да рисува икони. Досега е създала над 100 уникални образци. Прилага старите иконографски техники, спазвайки канона, но внася свой прочит на иконата или библейския сюжет.

Светът на иконата

Иконописец става по съдба. Навлиза в това изкуство заради възможността да изографиса църквата „Свети Георги Победоносец“. След дългото прекъсване уж случайна поръчка на стар клиент я връща отново към иконописата. Внимателно изучава всичко, свързано с иконата – от технологиите, които са познати до момента, до житията на светиите, които се изобразяват. Това за нея е приключение, навлизане в свят на тайнство, в който пристъпва с респект и страхопочитание. Рисува бавно, вниква във всеки детайл, за да изпълни многофигурните композиции на своите икони.

Изложбата „Вяра“ е нейната първа самостоятелна изложба като иконописец, която преди пет години ѝ дава силен старт и като галеристка. Събитието е наситено със символика - 47 икони на нейния 47-и рожден ден.

Пазителу

Галерия „Нюанс“ има мисията да раз-



Свети Георги Победоносец

The Saint George The Victorious



Свети Николау

The Saint Nicholas



Свети Георги с житийни сцени

St. George with scene from his life

If you are in the centre of Sofia, you should certainly stop at the Nuance Art Gallery at 42 Ivan Denkoglou Str. There is always something beautiful here and the encounter with the masters of fine art will recharge your energy. The exhibitions are periodically changed and the visitors can see both unknown talents and new seekings of known and not so well-known authors. We will present to you Lili Vladimirova who is not only the owner and inspirer of the gallery, but also an iconographer.

Path

She graduated from the National School of Fine Arts "Iliya Petrov" in Sofia, and then studied monumental painting under the guidance of Prof. Dimo Zaimov at the National Academy of Arts. After graduating, she designed and painted the baptismal hall and the icons in the central corps of the St. George the Victorious Church in Sofia. Later, for 10 years, she had totally dedicated herself to her children and family. In 2007, she returned to art, and with even greater passion and love, she began painting icons. Until now, she has created over 100 unique pieces. She applies the old iconographic techniques by observing the canon but introduces her own understanding of the icon or biblical plot.

The World of an Icon

To be an iconographer is a destiny. She got involved in this type of art because of the opportunity to paint the St. George the Victorious Church. After a long break, seemingly an accidental order of an old client brought her back to icon painting. She carefully studied everything related to icons – from the technologies that are known to date to the lives of the saints that are depicted. For her, this is an adventure, an entry into a world of sacrament in which she steps with respect and awe. She draws slowly and grasps every detail in order to fulfil the multifigure compositions of her icons.

"Faith" was her first solo exhibition as an icon painter, which, five years ago, gave her a powerful start as a gallery artist. The event was full of symbolism – 47 icons on her 47th birthday.



Красимир Свраков  Krasimir Svrakov

Инвестицията в произведения на талантливи автори си струва, тъй като времето умножава стойността им, уверява Лили Владимирова от галерия „Нюанс“

Investment in the works of talented authors is worth it because time multiplies their value, assures Lili Vladimirova from Nuance Art Gallery

Вива потребността от изобразителното изкуство и да е своеобразен пазител на духовността. С тази цел един магазин за обувки се превърна в място, където изкуството да се чувства на място. Решението на арх. Ирена Дерлипанска продължава да очарова всеки, който за пръв път прекрачи прага на това арт пространство. Реставраторът Емил Чушев, с 30-годишен опит в търговията с изкуство, става верен партньор в управлението на галерията.

Връх в изявите на Лили Владимирова като иконописец е изложбата „Пазителите“ в ренесансовия дворец Scuola Grande della Misericordia във Венеция през май 2018 г., където заедно с акад. Крум Дамянов покоряват ценителите на изкуството - тя с нейните 25 икони, той със своите 17 скулптури. Куратор на изложбата е авторитетният италиански изкуствовед проф. Джулиано Пизани. „Мъдрост и търпение, строг канон и креативност, ритуалност и духовност, древни движения, изживени наново в лишено от време измерение, което същевременно е и модерно. Това е пътят, избран от Лили, която обновява традицията със силата на своя талант и на своята женственост“, написа проф. Пизани.

В новите обувки

Първите две години като галерист са най-трудни-

Guardians

Nuance Art Gallery has the mission of developing the thirst for fine art and being a one-of-a-kind guardian of spirituality. For this purpose, a shoe shop has turned into a place where art can feel at home. The design of Arch. Irena Derlipanska continues to fascinate anyone who crosses the threshold of this art space for the first time. The restorer Emil Chushev, with his 30 years of experience in art trade, became her true partner in managing the gallery.

A peak in Lili Vladimirova's work as an iconographer was the exhibition "Guardians" in the Renaissance palace Scuola Grande della Misericordia in Venice in May 2018, where, together with Acad. Krum Damyanov, they conquered the connoisseurs of art – she with her 25 icons, he with his 17 sculptures. The curator of the exhibition was the leading Italian art critic Prof. Giuliano Pisani. "Wisdom and patience, strict canon and creativity, rituality and spirituality, ancient movements, experienced again in a timeless dimension, which is at the same time modern. This is the path chosen by Lili, who renews the tradition with the power of her talent and her femininity," Professor Pisani wrote.



Изложбата „Пазители“ в Scuola Grande della Misericordia във Венеция
Guardians exhibition at Scuola Grande della Misericordia in Venice

ме за Лили Владимирова, докато навлезе в тази нова територия и докато постигне баланс, който да ѝ позволява спокойна работа в ателието. Помага ѝ добрият екип, който също не било лесно да се намери. Награда за търпението и упоритостта ѝ е радостта и удовлетворението в очите на авторите, на клиентите и посетителите. Галерията вече се самоиздържа и дори инвестира в своя колекция, но тя не стои затворена в депата, а правят изложби, на които показват части от нея. На около две години организират конкурс, насочен към младите автори. Победителка във второто издание е Благица Здравковска. През тази година тя ще има честта да покаже свой проект в „Нюанс“.

Смяна на нюансите

„Входна врата“ за изложба в това арт пространство са интересните и талантиви творби, които са професионално изпълнени. Критерий е продаваемостта, макар някои от експозициите да имат чисто имиджов характер. Така например изненада на Лято'2018 бяха 15 огледала от XIX и XX век и девет скулптури на съвременни автори. Куратор на изложбата „Силуети в огледалото“ беше Емил Чушев. Играта с отраженията и тайнствените истории, запечатани в старите огледала, провокираха да сменим ракурса на мисленето си.

Заг кагър

Многого работа остава зад кагър. Всеки автор е с различен характер и свое виждане, със свой подход и ритъм и заради това при всяка изложба възникват изненади, колкото и всичко в галерията да изглежда под контрол. Контактът с клиентите също е предизвикателство. Иска се и дух за откривателство на непознати таланти и готовност да се рискува с нови проекти.

Зад кагър остават и тренировките по езда с любимия на Лили Владимирова кон Карпе Дием (лат. – грабни мига), ограничени от нея вече до три пъти в седмицата заради голямото натоварване: „Конят е професор, научил ме е на много неща. Той ме зарежда с енергия и ме тонизира. Доверявам му се напълно, при езда двамата ставаме едно цяло и той ми показва какво значи екипният дух. В общуването и в бизнеса доверието е изключително важно“.

In Her New Shoes

The first two years as a gallerist were the most difficult for Lili Vladimirova, until she managed to enter this new territory and achieve a balance that allowed her to work in her atelier in peace. What helped her was the good team, which was also not easy to find. The award for her patience and perseverance was the joy and satisfaction in the eyes of the artists, the clients and the visitors. The gallery is already self-supporting and has even invested in its own collection, which is not closed in the depositories, but parts of it are shown during exhibitions. About two years ago, they organized a competition aimed at young artists. The winner of the second edition was Blagica Zdravkovska. This year she will have the opportunity to show her project in Nuance.

Change of Nuances

An “entrance door” to an exhibition in this art space is having interesting and talented works that are professionally done. A criterion is marketability, although some exposures are purely image-based. For example, the surprise of summer 2018 were 15 mirrors from the 19th and 20th centuries and nine sculptures of contemporary authors. The curator of the exhibition “Silhouettes in the Mirror” was Emil Chushev. The game of reflections and mysterious stories, sealed in the old mirrors, provoked us to change our direction of thinking.

Behind the Scenes

Many works remain behind the scenes. Each author has a different character and their own vision, approach and rhythm, and for this reason, every exhibition has surprises, even if everything in the gallery may seem under control. The contact with clients is also a challenge. What is needed is a spirit of discovery of unknown talents and willingness to take a risk with new projects.

Behind the scenes remain the riding lessons of Lili Vladimirova with her favourite horse Carpe Diem (Lat., seize the day), limited to three times a week because of the high intensity: “The horse is a professor; he has taught me a lot of things. He recharges and refreshes me. I trust him totally, while riding, we both become one and he shows me what a team spirit means. In communication and in business, trust is extremely important.”



Архангелски събор

Feast of the archangels



Света Богородица Живоносен източник

The Virgin Mary The life giving Source



Света Богородица на трон с архангели

The Virgin Mary enthroned with archangels

Амбиции

Лили Владимирова гържи на разнообразието – съвсем различна е настройката, когато се показва съвременен български автор, някой от старите майстори или именит чуждестранен творец. Замисля да представи съвременни български художници зад граница, но все още проучва възможностите. През лятото тук ще може да се види авангардната модна колекция на по-големия ѝ син Петър, който учи в Париж. Наесен предстои изложба на някои от най-добрите акварелисти в света. Графикът на „Нюанс“ е запълнен за две години напред.

Инвестицията в изобразително изкуство си струва, времето умножава стойността. Тук всичко минава през сериозен професионален подбор и каквото и да си вземете, няма да си хвърлите парите на вятъра, особено ако определящият мотив е творбата да ви харесва. Имаме автори на световно ниво – да купуваме техни произведения означава да ги насърчим да работят повече и да стават още по-добри.

С всяка своя изложба „Нюанс“ ще продължи да разкрива нови нюанси на изкуството. (1)

Ambitions

For Lili Vladimirova, diversity is important – the setting is quite different when a contemporary Bulgarian author, one of the old masters or a famous foreign artist is exhibited. She plans to present contemporary Bulgarian artists abroad but is still exploring the possibilities. In the summer, the avant-garde fashion collection of her older son, Petar, who studies in Paris, will be shown here. In the autumn, there will be an exhibition of some of the best watercolour painters in the world. The schedule of Nuance is full for two years ahead.

Investing in fine art is worth it, time multiplies the value. Everything here goes through a serious professional selection and whatever you decide to get, you will not waste your money, especially if the determining motive is for you to enjoy the work. We have world-class authors – buying their works means encouraging them to work harder and become even better.

With each exhibition, Nuance will continue to reveal new nuances of art. (1)



Галерия „Нюанс“
Nuance Art Gallery



Недялко Славов е един от най-успешните съвременни български писатели. Роден е и живее в Пловдив. Автор е на романите „Пиафе“, „Камбаната“, „Фаустино“, „432 херца“, „Портрет на поета като млад“, „Вертиго“, поетичния сборник „Мраморни години“, пиесите „Аляска“ и „Борса за трупове“, сборника „Филипополски разкази“. Творбите му са превеждани на английски, немски, руски и гръцки. За книгите си е получил много награди, сред които Националната награда за литература „Хр. Г. Данов“ (2011, 2016), награда „Хеликон“ (2015, 2016), „Цветето на Хеликон“ (2017), награда „Иван Николов“, награда „Пловдив“ и др.

Nedyalko Slavov is one of the most successful contemporary Bulgarian writers. He was born and lives in Plovdiv. He is the author of the novels "Piafè", "The Bell", "Faustino", "432 Hertz", "Portrait of the Poet as a Young Man", "Vertigo", the poetry collection "Marble Years", the plays "Alaska" and "Stock Exchange for Corpses", the collection "Stories about Philipopolis". His works are translated into English, German, Russian and Greek. He has received many awards for his books, including the Bulgarian National Award for Literature - Hristo G. Danov (2011, 2016), the Helikon Award (2015, 2016), The Flower of Helicon Award (2017), the Ivan Nikolov Award, the Plovdiv Award and others.

Писателят Недялко Славов: Всеки сам избира дали да е щастлив

Технологичната революция
ни вкара във виртуалната
офшорка на представите

*The technological revolution
brought us into the virtual
offshore of ideas*

The writer Nedyalko Slavov: Everyone Makes Their Own Choice Whether to Be Happy or Not

Татяна Явашева  Tatyana Yavasheva

Г-н Славов, вие сте от малцината съвременни български писатели, които живеят от своя високохудожествен писателски труд. Как го постигате?

- Признавам, беше ми любопитно как ще започне разговорът ни. Как ще съвместим литературата и добрите точни сметки. И вие го започвате с въпрос в десетката. Ще ви отговоря така: Постигам го благодарение на читателите си. А има ли читатели, има и продажби. А има ли продажби, писателят успява да закрепи скромните си финанси. Книжният пазар у нас е много малък и това си е цял шанс, но засега се получава. Благодаря и на издателя си. А да живееш от писателския си труд, освен че е красиво, е и достойно. Прави те независим. Защото тихата смърт на всеки писател иде от липсата му на свобода. А тя се нарича зависимост. От парите, от конюнктурата, от манипулаторите.

- Носител сте на редица значими национални награди за литература. Те ли са най-гобратата ви реклама?

- Те безспорно са трамплин. Да, дават популярност, но го време. Казано е: „Господ дава, но в кошара не вкарва“. Защото книгата има своя странна и винаги абсолютно независима съдба. Това е феномен. Една книга може да е хвалена, прехвалена, размахвана от студио в студио, да проглушат ушите на читателя с нея и пак не се получава. В литературата лъжите живеят кратко. Популярност, разбира се, се получава и по други нелитературни пътища. Сега например, ако напусвам някой колега и кажа колко е бездарен, дори и да имам пълното основание за това, тоест ако направя един гръмък и раздут медиен скандал, сами разбирате, че ще фокусирам вниманието върху себе си и като нищо ще продам един-два тиража. Но не това е моят път като писател.

Mr Slavov, you are among the few contemporary Bulgarian writers who live by their highly artistic writings. How do you make it happen?

- I admit that I was curious how our conversation will begin. How can we combine literature and good accurate calculations? And you start with a question that hits the mark. I will answer you this way: I make it happen thanks to my readers. If there are readers, there are sales. And if there are sales, the writer manages to secure their modest finances. The book market in Bulgaria is very small and one needs to be very lucky, but for now, I somehow do it. I also thank my publisher. To live by your writings, apart from being attractive, is also worthy. It makes you independent. Because the quiet death of every writer comes from their lack of freedom. And it is called dependence. From money, conjuncture, manipulators.

- You are the winner of a number of significant national awards for literature. Are they your best ad?

- They are undoubtedly a springboard. Yes, they make you popular, but for a short time. It has been said: God helps those who help themselves. Because the book has its own strange and always absolutely independent fate. This is a phenomenon. A book may be praised, overpraised, showcased from one TV studio to another, shoved in the reader's throat, and still it may not work. In literature, lies live a short life. Popularity, of course, occurs also in other non-literary ways. Now, for example, if I curse a colleague and say how untalented they are, even if I have every reason to say so, that is, if I make a loud and overexposed media scandal, you understand that I will focus the attention on myself and will easily sell one or two circulations. But this is not my way as a writer.

- Как стигате до читателите? Кои е пътят?

- Аз нямам служебни телевизионни говорители и предавания, нямам служебни литературни адвокати и защитници. И не ми трябва. Крепи ме талантът ми, любовта на читателите ми и независимата, умна и честна литературна критика. Затова съм свободен, без зависимости. Книгите ми вървят от ръка на ръка. Наскоро бях дълбоко трогнат – в една библиотека за „Камбаната“ имаше 16 читатели записани на рег. За „Пиафе“, „432 херца“ и „Фаустино“ също имаше чакащи. Това е истинският път на книгата.

- Как стойността на книга става популярна?

- Като оцелее в естествения подбор. Когато я пресее времето.

- Днес много хора пишат. Как гледате на това?

- Да пишат. По-добре е, отколкото да търкат талони от игри на късмета. А и без това няма сила, която да ги спре.

- Казвате, че както парите загубиха златното си покритие, така и хората днес губят духовния си еквивалент. Защо духовното загуби битката за стойностите?

- Да не избързваме. Тая битка още не е приключила. Между Доброто и Злото. Но едно е истина – светът става все по-виртуален. И попадаме във виртуалната офшорка на чужди трансхумани, зловещи внушения. Внушения за нас, за половете ни, за ценностите ни, за самите нас, създадени по Божия промисъл. Вижте каква параноя настана. Трийсет пола, цифри вместо татко и мама. Жан Кокто има една мисъл - „Сънят на Разума ражда чудовища“. Е, вече чудовищата на разума са между нас, в реалния живот.

- Чрез книгите си пращате послания. Вярвате ли, че уносказателният език на писателя може да има толкова силно въздействие, че да предизвика промяна?

- Камбаната я чуват хора, които имат нужда да я чуят. А голяма чуватост има онази вибрация, която дава отговор на тревожните въпроси. Истинската литература трепти на такава честота.

- How do you reach readers? What is your way?

- I don't have official TV speakers and programs, I don't have official lawyers and defence attorneys. And I don't need them. My talent, the love of my readers and the independent, smart and honest literary criticism is what keeps me going. That's why I'm free, without dependencies. My books go from hand to hand. I was deeply touched recently – there were 16 readers listed for "The Bell" in a library. There were also people waiting for "Piafè", "432 Hertz" and "Faustino". This is the real life of a book.

- How does a valuable book become popular?

- By surviving the natural selection. When time sifts it through.

- Many people write today. What do you think about that?

- Let them write. It's better than rubbing coupons of games of chance. There is no power to stop them, anyway.

- You say that as money has lost its golden covering, so are people losing their spiritual equivalent today. Why does the spiritual lose the battle for values?

- Let's not rush it. This battle is not over yet. Between the Good and the Evil. But one thing is true – the world is becoming more and more virtual. And we fall into the virtual offshore of foreign, transhuman, ominous insinuations. Insinuations about us, about our sexes, our values, about ourselves, us, who are created by a divine design. See the paranoia around us. Thirty sexes, numbers instead of daddy and mummy. Jean Coctea has a thought – "The Sleep of Reason gives birth to monsters". Well, now the monsters of reason are among us, in real life.

- You send messages through your books. Do you believe that the writer's idiomatic language can have such a powerful impact that it can lead to a change?

- The bell is heard by people who need to hear it. A great audibility has that vibration that answers worrying questions. True literature resonates at such a frequency.

- What do your writer's senses capture in this rapidly changing world?

- By its false messages, the world today has surpassed



- Какво улавят сетивата ви на писател в този бързо променящ се свят?

- По своите лъжовни послания светът днес намина всичко, познато досега. Но най-страшна е лабораторната евгеника, подмяната на божествения генетичен код на човека. Книгите на Оруел стават детски приказки днес.

- Защо човекът се отказва от човешкото?

- Не се отказва. Отказват го. Това е ежедневен, ежеминутен манипулативен процес.

Като дете бях като горски кос. Част от приро-

дата, разтворен в природата. По цял ден скитах по Марица, по хълмовете на Пловдив, или на село, по язовирите и ливадите. Сетивният свят е най-великото нещо за детето. Там се подрежда бъдещият човек в него. Там се изправяме по слънчевия вертикал. Този стремеж нагоре към светлината се казва хелиотропизъм. Той вдига и растенията, и тревите към небето. Уви, днес децата нямат детство. Нямат хелиотропизъм в телата си. Матрицата ги глътна като Молох. Приличат не на Божи птички, а на механични играчки, навити с ключе. Технологиите ни вакуумираха в мрака на собствения ни череп. А влезеш ли във виртуалното пространство, няма излизане. Като лабиринта на Минотавъра е. Същото е и в света на парите. Станеш ли им роб - край, ставаш звонк на монета, свършил си. Вижте! В природата няма ни едно същество, което да живее на кредит. А ние сякаш живеем не на Земята, а на Олихвената планета. Ние сме крачеца лхва.

- Какво обаче му е хубавото на новото време, на днешния ден?

- Че всичко започва отначало. Че дишаш. Че сутрин улицата ти мирише на топъл хляб и на кафе. Че около теб са любимите ти хора. Че си жив. Че ти се лети. Че може би ще се влюбиш. Че ще довършиш романа си. Че ще засадиш дърво. Че хората те обичат. Това му е хубавото на всеки Божи ден.

- Ако все пак може да избирате в кое време да живеете, кое ще предпочетете?

- Времето на мир.

- Оптимизмът ви на какво се крепи?

- Сложен въпрос с прост отговор. Всеки ден Бог ни дава нова игра. Човек сам избира дали да е щастлив в нея. ☺



Slavov с наградата „Хеликон“ за нова българска художествена проза за 2015 г. за романа „432 херца“

Slavov with the 2015 Helicon Award for new Bulgarian fiction for the novel "432 Hertz"

everything that has been known so far. But the most dreadful is the laboratory eugenics, the replacement of man's divine genetic code. Orwell's books are turning into childhood stories today.

- Why do people give up their humanity?

- They don't give it up. They refuse it. This is a daily, every-minute, manipulative process.

As a child, I was like a blackbird in the wood. Part of nature,

dissolved in nature. I wandered all day long along Maritsa, on the hills of Plovdiv, or in my village, along dams and meadows. The sensory world is the greatest thing for a child. It is there that the future person is formed. It is there that we stand up to the sun's vertical line. This strive to move towards the light is called heliotropism. It also brings the plants and the grasses up near the sky. Alas, children today have no childhood. They have no heliotropism in their bodies. The matrix has swallowed them like Moloch. They don't resemble birds of God, but mechanical toys wound with a key. Technology has sucked us in the darkness of our own skull. If you enter the virtual space, there is no way out. It is like the Minotaur's labyrinth. It's the same in the world of money. If you become their slave – it's over, you become a tinkling sound of a coin, you are done. Look! There is no creature in nature that lives on credit. And we seem to live not on the Earth, but on the Planet of Interest. We are a walking interest.

- What is the good thing about this new time, about the present day?

- That everything starts from the beginning. That you breathe. That in the morning, your street smells of warm bread and coffee. That your favourite people are around you. That you are alive. That you want to fly. That you might fall in love. That you will finish your novel. That you will plant a tree. That people love you. These are the good things in each day given by God.

- If you can still choose the time you live in, which one would you prefer?

- The time of peace.

- What is your optimism hanging on?

- A complex question with a simple answer. Every day God gives us a new game. One chooses on their own whether to be happy in it. ☺

Este



Направете
Вашия празник едно
незабравимо изживяване





София 1113
Ул. „Николай Хайтов“ 3А
Тел.: 02/ 868 72 96; 0886 700 269
E-mail: restaurant@este.bg



Водеци на БНТ, преподаватели и специалисти в областта на развитието на съвременните политически процеси в Европа и представители на Информационното бюро на ЕП в България участваха в дискусиата

BNT hosts, lecturers and specialists in the field of development of the modern political processes in Europe and representatives of the EP's Information Office in Bulgaria participated in the discussion



За Европа с любов

Проект на БНТ дава възможност на активни млади хора да споделят мнение за политиките и бъдещето на ЕС

A BNT project provides active young people with an opportunity to share their opinion on the EU's policies and future

For Europe with Love

Студенти от Университета за национално и световно стопанство (УНСС) и журналисти от БНТ обсъждаха теми от дневния ред на Европа, които пряко касаят живота на всеки от нас.

„Формулата „казаха от Брюксел“ е лесното оправдание на политиците, което поражда недоверие и подхранва евроскептицизма“, смята Татяна Тасева, продуцент на предаването „#Европа“, чийто втори сезон се излъчва всяка неделя от 12,30 в ефира на БНТ и представя в достъпна форма важни решения на евроинституциите, както и опита на други държави от общността в справянето с проблеми, чието решение се търси и у нас. Телевизионната продукция е част от проекта „Европа“, който обществената телевизия изпълнява с подкрепата на Европейския парламент.

На 9 април най-авторитетното дискусийно предаване в българския телевизионен ефир - „Референдум“ – за пореден път ще бъде излъчено пряко от ЕП в Брюксел. Неговият водещ и продуцент Добрин Чешмеджиева вече има зад гърба си опита в няколко подобни международни продукции и разказа пред студентите интересни детайли от подготовката и реализацията на предаването.

БНТ разширява територията на своите партньорства с висши училища в страната, а проектът „Европа“ дава възможност на активни млади хора да участват със свои мнения и коментари за политиките и бъдещето на ЕС. През септември БНТ ще организира посещение в Европарламента за авторите на най-интересните видеопослания. (1)

Students from the University of National and World Economy and journalists from the Bulgarian National Television discussed topics from the Europe's agenda that directly concern the lives of each one of us.

“The Formula “they said in Brussels” is the easy justification of politicians, which gives rise to distrust and nourishes Euroscepticism,” believes Tatyana Taseva, producer of the “#Europe” TV show, whose second season is broadcast every Sunday at 12.30 on BNT and presents important decisions of the European Institutions in an accessible form, as well as the experience of other countries from the community in dealing with problems, whose solution is also looked for in Bulgaria. The television production is part of the “Europe” project, which the public television implements with the support of the European Parliament.

On 9th April, the most authoritative discussion show in the Bulgarian television environment, Referendum, will once again be broadcast directly from the EP in Brussels. Its host and producer Dobrina Cheshmedzhieva has already had some experience in several similar international productions and told students some interesting details from the preparation and production of the show.

BNT broadens the area of its partnerships with higher educational institutions in the country and the “Europe” project enables active young people to participate with their own opinions and comments on the policies and the future of the EU. In September, BNT will organize a visit to the European Parliament for the authors of the most interesting video messages. (2)

Нови заглавия от **Сиела**

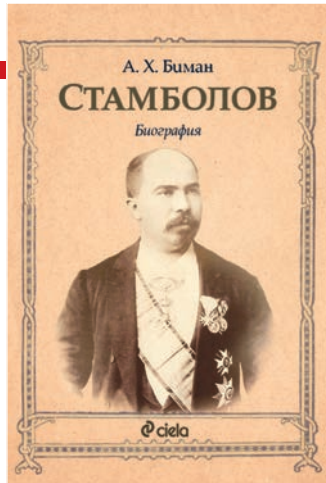
New titles by Ciela

„Стамболов. Биография“

Автор: А. Х. Биман

Важен исторически документ, каквато е биографията на Стефан Стамболов (1854–1895), написана от британския журналист, дипломат и приятел на българския гържавник Ардърн Джордж Хюлм Биман, вече може да бъде прочетена в първото си осъвременено издание на български. Оригинален е писан докато българският министър-председател все още е бил жив и е допълнен веднага след смъртта му, за да излезе за първи път на английски език през 1896 г. Още същата година биографията е преведена на български от Вълко Шопов. През 1990 г. у нас се появява фототипно издание на ръкописа със стария ни правопис, а през 2019 г. текстът излиза с осъвременен правопис.

Цена: 14 лв.



“Stambolov. Biography”

Author: A. H. Biman

An important historical document, such as the biography of Stefan Stambolov (1854-1895), written by the British journalist, diplomat and friend of the Bulgarian statesman Ardner George Hylum Biman, can now be read in its first updated edition in Bulgarian. The original was written while the Bulgarian prime minister was still alive and a supplement was added immediately after his death, so that it could be published for the first time in English in 1896. The same year the biography was translated into Bulgarian by Valko Shopov. In 1990, a phototypical edition of the manuscript with the old Bulgarian scripture was published, and in 2019 the book comes out in a modern script.

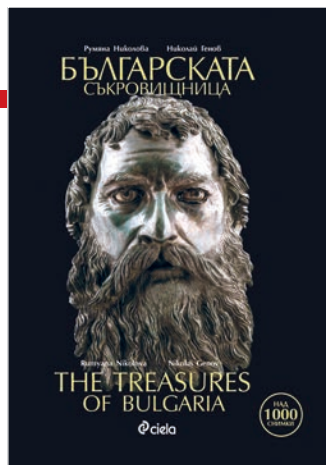
Price: BGN 14

„Българската съкровищница“

Автори: Румяна Николова и Николай Генов

„Българската съкровищница“ е мащабна двузвична книга – на български и английски, посветена на историята, природата, обичаите по българските земи от древността до наши дни. Изданието е в голям формат, с твърди корици и с над 1000 прекрасни снимки и чудесни текстове, чрез които може да бъде опознато това късче от рая, което нашият народ обитава и защитава като свое от над тринадесет века.

Цена: 59,90 лв.



“The Treasures of Bulgaria”

Authors: Romyana Nikolova & Nikolai Genov

“The Treasures of Bulgaria” is a comprehensive bilingual book – in Bulgarian and English, dedicated to the history, nature and customs of the Bulgarian lands from antiquity to the present day. The publication comes in a large format, with hard covers and over 1,000 amazing pictures and wonderful texts through which the reader gets acquainted with this piece of paradise that our people has been inhabiting and protecting as their own for more than thirteen centuries.

Price: BGN 59,90

„От Балкана до Дунав. Идеи за пътешествия в Дунавска България“

Автори: Весела Николаева, Гавраил Гавраилов, Михаил Михов

Нов туристически наръчник предлага интригуващи идеи за пътешествия из слабо познати места в Северна България. Опера на Белоградчишките скали, летене с балон край Видин, участие в ежегоден рибен фестивал в Бръшлен и разходка с каяк до Дунавските пясъчни острови са една малка част от десетките забавни неща, които можете да правите в района на север от Стара планина.

Цена: 17,90 лв.



“From the Balkan Mountain to the Danube. Ideas for Trips in the Danube Plain”

Authors: Vesela Nikolaeva, Gavrail Gavrailov, Mihail Mihov

This new tourist guide offers exciting ideas for trips to lesser-known places in northern Bulgaria. The opera of Belogradchik rocks, flying with a balloon near Vidin, participating in the annual Brashlen fishing festival and a kayaking trip to the Danube sand islands are just a small part of the dozens of fun things you can do in the area, north of the Balkan Mountain.

Price: BGN 17,90

Манастирът, който спасява

Разрушаван и опожаряван,
Чепинският манастир "Свети
Три Светители" не позволи да се
превърне в място на забравата

The Monastery that Saves

*Destroyed and burnt down, the
Chepintsi Monastery "Three Holy
Hierarchs" did not allow to be turned
into a place of oblivion*



Тони Григорова  Toni Grigorova

В манастирския двор трябва да има чистота и цветя, казват монаси. Явно днес това правило стриктно се спазва в Чепинския манастир „Свети Три Светители“ и затова той е така приветлив.

Предание

Светите Три Светители – Василий Велики, Григорий Богослов и Йоан Златоуст, са патрони на Чепинския манастир. Всеки един от тримата има отреден ден в църковния календар, но има и празник Свети Три Светители. През XI век възникнал ожесточен спор кой от тях е по-достоеен и кой има по-голям принос за утвърждаване на вярата. Спорещите се разделили на „василиани“, „григориани“ и „йоанити“. Според едно предание троицата свети мъже се явили на епископа на град Евхиата Йоан и му казали, че пред Бога и тримата са равни по своя принос.

Местоположение

Чепинският девически манастир е в непосредствена близост до София. Той е един от малкото манастири в България, издигнати в равнинна местност, а не в планина. Освен главната църква, разполага и с два нови параклиса „Св. Петка“ и „Св. пророк Илия“, стените на които са изцяло изрисувани. Има малък църковен магазин и нова жилищна сграда, построени през 1993 г. В близост се намира тракийската надгробна могила, известна като Голема могила. Тя е на около 2 км от село Чепинци.

The monastery yard must be clean and have flowers, monks say. Obviously, nowadays this rule is strictly observed in the Chepintsi Monastery "Three Holy Hierarchs" and that is the reason why it is so welcoming.

Legend

The Three Holy Hierarchs – Basil the Great, Gregory the Theologian and John Chrysostom are patrons of the Chepintsi Monastery. Each one of them has a specific day





История

Според местните хора манастирът е съществувал още през Средновековието. Установено е, че първите монаси са живеели в землянки в близката могила. При направените разкопки на мястото е открита сводеста гробница, използвана от тях за постница – усамотено място за молитва по време на пости. През турското робство в тази света обител са намирали подслон хайдутите, а това е ставало повод манастирът да бъде разрушаван от турците. Едно от най-унищожителните

in the church calendar, but there is also a holiday of all Three Holy Hierarchs. In the 11th century, a fierce debate arose which one of them was more worthy and who had a greater contribution to establishing the faith. The disputers were divided into Basilians, Gregorians and Johannites. According to a tradition, the three holy men appeared before the bishop of the city of Euchaita – John, and told him that before God all three were equal in their own contribution.

Location

The Chepintsi nunnery is in close proximity to Sofia. It is one of the few monasteries in Bulgaria built in a plain area and not in a mountain. Apart from the main church, it also has two new chapels – “St. Petka” and “St. Prophet Elijah”, the walls of which are entirely painted. There is a small church shop and a new residential building, built in 1993. Nearby is located the Thracian burial mound, known as the Big Mound. It is around 2 km away from the village of Chepintsi.

History

According to the local people, the monastery has existed ever since the Middle Ages. It has been found that the first monks lived in dug-outs in the nearby mound. The excavations at the site revealed a vaulted tomb used by them as a prayer cell – a solitary place for prayer during fasting. During the Ottoman occupation, hajduks found shelter in this holy place, and for this reason, the monastery was destroyed by the Turks.





посегателства върху него е извършено през 1872 г., след обира на турската хазна при Арабаконак и залавянето на Димитър Общи. По онова време много манастири в т. нар. Мала Света гора в района около София са опожарени от поробителя, тъй като са приютявали членове на революционните комитети. Чепинската обител не прави изключение. От нея не остава почти нищо, тъй като всичко е изградено изцяло от дърво.

Нов живот

След освобождението на България от турско робство монахът Найден Кентров, завръщайки се от изгнанието си в Анагола, заедно с трима съмишленици построили чешма с три чучура на мястото на манастира и поставили върху нея надпис: „Който тука пие – Бог да го поживи, като умре – Бог да го прости“. През 1906 г. започва изграждането на нов манастир на мястото на стария. Това става по настояване на баба Геша от Чепинци. За негов патрон са избрани Три светители, защото по гумите на възрастната жена често насън ѝ се явявали трима ангели.

Път

Влезем ли в манастирски двор, срещнем ли монаси, се питаме защо ли са избрали този път. Честа причина е преживян силен емоционален удар. В това свое решение едни виждат изход от тежки житейски трудности, но за други това е духовен избор. Монаси казват, че самите те ще търсят отговора на този въпрос, докато пълят по тази грешна земица. Знае се обаче, че да приемеш монашеско пострижение не може да е плод на лекомислено решение. Самата Църква е изградила правила и механизми, чрез които да не допусне хора, решени просто да опитат.

Начин на живот

Геройство е да влезеш за спасение в манастир, като

One of its most devastating attacks was committed in 1872, after the robbery of the Turkish treasury at Arabakonak and the capture of Dimitar Obshti. At that time, many monasteries in the so-called Small Mount Athos in the area around Sofia were burned by the oppressor as they were sheltering members of the revolutionary committees. The Chepintsi Monastery was no exception. There was almost nothing left of it, since everything was made entirely of wood.

New Life

After the liberation of Bulgaria from the Ottoman rule, the monk Nayden Kentrov, on his return from his exile in Anatolia and together with three fellow comrades, built a fountain with three spouts at the place of the monastery and put the following inscription: “Whoever drinks here – may God give them life, when they die – may God forgive them.” In 1906, the construction of a new monastery on the place of the old one started. This happened on the insistence of Grandma Gesha from Chepintsi. The Three Holy Hierarchs were chosen as





се отречеш от семейството си и от всичко. Монашеството е молитва, пост, спазване на правила, много труд и преодоляване на изпитания. Всеки ден. Това научаваме от хора, поели по този път. В една библейска притча намираме основните предписания за праведен живот: „Изроби корените на послушанието, събери цветовете на душевната чистота, откъсни листа на търпението, събери плодовете на нелицемерието, не се опивай с виното на прелюбодеянието, всичко това изсуши с пост и въздържание, сложи го в тенджерата с добри дела, посоли със солта на добротолубието, добави щедростта на милосърдието, и във всичко това сложи праха на смиренето и коленопреклонението. Вземай по три лъжици на ден страх Божий, обличай се в грехата на праведността и не влизай в празнословие“. Добрите монаси всеки ден прилагат тази рецепта.

Тръгваме си от Чепинския манастир с припомняне на мъдри думи, изречени от писателя Йордан Радичков: „Бог може да го има и да го няма, но ти живеи така, все едно че го има. Защото когато ти положат в земята, ще ни сложат с лице към небето“. ☪

its patron, because, in the words of the old lady, three angels often appeared in her dreams.

Path

When we enter a monastery yard, when we meet monks, we wonder why they have chosen this path. A common reason is a strong emotional experience. In this decision, some see a way out of the hardships of life, while for others, it has been a spiritual choice. Monks say that they will be looking for the answer to this question themselves while walking on this sinful earth. However, it is a known fact that accepting a monastic tonsure cannot be the result of a thoughtless decision. The Church itself has built up rules and mechanisms to reject people who simply want to give it a try.

Way of Life

It is a heroic act to enter a monastery for salvation, giving up your family and everything else. Monkhood is praying, fasting, observance of rules, a lot of work, and overcoming trials. Every day. This is what we learn from people who have embarked on this road. In a biblical parable, we find the basic prescriptions of a righteous way of living: “Dig out the roots of obedience, gather the colours of spiritual purity, tear the leaves of patience, gather the fruits of honesty, do not get drunk on the wine of adultery, dry it all out with fasting and abstinence, put it in the pot of good works, salt it with the salt of goodwill, add the generosity of mercy, and to all that add the powder of humility and kneeling. Take three teaspoons a day of fear of God, put on the garment of righteousness, and do not go into verbosity.” Good monks apply this recipe every day.

We leave the Chepintsi Monastery with a remembrance of the wise words spoken by the writer Yordan Radichkov: “God may or may not exist, but you should live your life as if He did. Because when they put us in the ground, they will lay us facing the sky.” ☪



F2F

FACE TO FACE

LIMITED NOBILITY

MADE OF PASSION





The **MAYOR** .eu

The European Portal for Cities and Citizens



HUVEPHARMA®

We add performance to your business

- Coccidiostats
- Enzymes
- Feed Additives
- Veterinary Products
- Vaccines
- API
- 5 continents
- 90+ countries
- 95+ products
- Ranked among the top 10 veterinary pharmaceutical companies worldwide



- More than half a century fermentation expertise
- Strategic acquisitions over the years
- European production
- State of the art production facilities

www.huvepharma.com

HUVEPHARMA FOOD • 3^a NIKOLAY HAYTOV STR • 1113 SOFIA • **BULGARIA** • P +359 2 862 5331 • F +359 2 862 5334 • SALES@HUVEPHARMA.COM
HUVEPHARMA N.V. • UITBREIDINGSTRAAT 80 • 2600 ANTWERP • **BELGIUM** • P +32 3 288 1849 • F +32 3 289 7845 • CUSTOMERSERVICE@HUVEPHARMA.COM