

ИКОНОМИКА

economy
MAGAZINE

economic.bg

КОМУНИКАЦИИ
ПРИ КРИЗА

CRISIS
COMMUNICATIONS

ФИНТЕХ –
МАШИНАТА
НА ВРЕМЕТО

FINTECH – THE
TIME MACHINE

ДИГИТАЛНИЯТ
ЖИВОТ НА
БРАНДА

THE DIGITAL
LIFE OF A BRAND

БЪЛГАРСКИТЕ
СЪЗДАТЕЛИ НА
НОВИ БРАНШОВЕ

BULGARIAN CREATORS
OF NEW INDUSTRIES

**АТАНАС ДОБРЕВ:
УМНИТЕ ГРАДОВЕ СЕ
НУЖДАЯТ ОТ 5G МРЕЖИ**

ATANAS DOBREV: SMART
CITIES NEED 5G NETWORKS





Editor's Picks
Герзиев
Калински
Методиев

2013
ИКОНОМИКА
Базилана
Маринарова
Банка ДСК

БЪДЕЩЕТО НА
400 МИЛИОНА
септември 2014 г.

ДЪРЖАВА
НА АВТОПИЛОТ
РОМАТИК
НА РЕАШИ

www.economymagazine.bg
ИКОНОМИКА
септември 2013 г. / 140 стр. 3 лв.
ГЛОБАЛНО
МАРКЕТИНГ

www.economymagazine.bg
ИКОНОМИКА
БИЗНЕС
С МИСИЯ
БУДИТЕЛЯТ
ОТ КАЗАНЛЪК
КОЛЕЛОТО НА
ТЕХНОЛОГИИТЕ
ПРИЛОЖЕНИЕ
ИМОТИ
септември 2013 г.

ИКОНОМИКА
economy
MAGAZINE
септември 2014 г.
ПАРОЛ:
КИБЕРСИГУРНОСТ
PASSWORD:
CYBERSECURITY
НОВИЯТ ДВИГАТЕЛ
НА БИЗНЕСА
THE NEW DRIVING FORCE
FOR BUSINESS
СПИСАНИЕ
"ИКОНОМИКА"
НА 30 ГОДИНИ
ECONOMY MAGAZINE
TURNS 30

ИКОНОМИКА
economy
MAGAZINE
септември 2013 г.
МОДЕЛНАТА
БЪЛГАРИЯ

ИКОНОМИКА
economy
MAGAZINE
септември 2013 г.
Vesela Dzhidzhe
INVESTBAI
COMBINE
TRADITION
MODER
SERVICE

ИКОНОМИКА
economy
MAGAZINE
септември 2013 г.
Александър Александров

ИКОНОМИКА
economy
MAGAZINE
economic.bg
септември 2013 г.
НЕТИПНО, НО
БЪЛГАРСКО
UNUSUAL, BUT
BULGARIAN
ДА ПРОДАВАМЕ,
НО КАК
LET'S SELL,
BUT HOW

ИКОНОМИКА
economy
MAGAZINE
септември 2013 г.
септември 2013 г.

ИКОНОМИКА
economy
MAGAZINE
септември 2013 г.

www.economymagazine.bg
ИКОНОМИКА
септември 2013 г. / 140 стр. 3 лв.



Списание „ИКОНОМИКА“ на

30

години



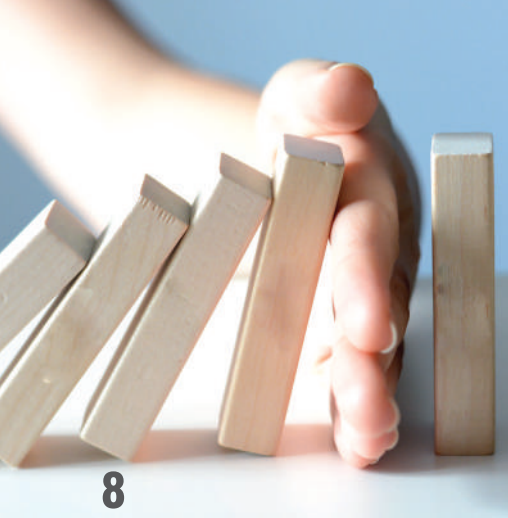
*Economy
Magazine
Turns 30*



МЪЩЪР И МИС
ИКОНОМИКА

Стив Ханке:
Запа...

ИКОНО...



8

СЕПТЕМВРИ-ОКТОМВРИ 2019 SEPTEMBER-OCTOBER 2019

БРОЙ 92 / ISSUE 92



48



60



80

8 Комуникации при криза
Crisis Communications

20 Атанас Добрев: Инвестициите днес са услугите утре
Atanas Dobrev: The Investments of Today Are the Services of Tomorrow

28 Пъзелът на икономическия прогрес
The Puzzle of Economic Progress

32 Може ли рецесия в САЩ да сложи край на търговската война
Could a US Recession End the Trade War

36 Финтех - машината на времето
Fintech - The Time Machine

40 Валентин Гълъбов: Силата на парите е в свойството им да приближават целите / Valentin Galabov: The Power of Money Lies in Its Ability to Make Goals Come Closer

44 Атанас Германов: Инвестициите в образование и обучения се възвръщат / Atanas Germanov: There Is a Good Return on Investments in Education and Training

48 Спестовността е начин на мислене
Saving Is a Way of Thinking

52 Внимание! Търговска тайна
Attention! Trade Secret

56 Да се научим на прецизност от „Аурубис България“
Let's Learn from the Precision of Aurubis Bulgaria

60 Има ли светлина в тунела
Is There Light at the End of the Tunnel

64 Започна ли кризата в автомобилната индустрия
Has the Crisis in the Automotive Industry Started?

68 Рецепта за благоденствие по панагюрски
A Recipe for Prosperity from Panagurishte

72 Неизследваните води на предприемачеството във Варна
The Unexplored Waters of Entrepreneurship in Varna

76 Българските създатели на нови браншове
Bulgarian Creators of New Industries

80 Семейен бизнес с гъх на рози и лавандула
Family Business with a Scent of Roses and Lavender

84 Красимир Коцев: Да работим умно, вместо да работим много
Krasimir Kotsev: Let's Work Smart Instead of Working Hard

88 Бояна и Ева Шарлопови: Искаме да създадем академия за квалифицирани специалисти в туризма
Boyana and Eva of the Sharlopov Family: We Want to Create an Academy for Qualified Tourism Specialists

Списание „Икономика“. София 1111, жк. „Яворов“, бл. 73, ет. 6, ап. 11; Телефони: (02) 852 9696; (02) 852 9699; e-mail: office@economic.bg
Издател „Медия Икономика България“; Изпълнителен директор: Боян Томов; Главен редактор: Невена Мирчева
Счетоводство: София Стрелкова; Реклама и Маркетинг: ilkova@economic.bg; katzarova@economic.bg
Редактор: Татяна Явашева; Автори: Александра Сотирова, Александър Александров, Божидара Иванова, Бранислава Бобанац, Вероника Тонева; Владимир Митев, Мая Цанева, Преслава Георгиева, Цветан Петров; Превод: Мегдана БГ
Дизайн: Едуард Лилов; Фото: Красимир Свраков; Фото корица: Александър Нишков
Печат: Дегракс АД; Разпространени: „Медия Икономика България“

Кризис и възможности

Кризисите са опасност, нестабилност и риск. Те идват изненадващо, както неочаквано това лято дойде и кризиса с личните данни, изтекли след хакерска атака в НАП. Как да сме отговорни и ефективни в комуникацията си „когато гръм удари“, споделят трима от най-изявените български PR и маркетинг специалисти в основната тема на броя ни през септември.

Кризисите носят промени, но невинаги само негативни. Те идват и с нови възможности и често са процес-феникс, след който от пепелта може да се издигне нещо ново и устойчиво. За хората, които се занимават с бизнес, управлението на кризис е всекидневие. Работата в неблагоприятна и трудно прогнозируема среда може да се окаже тласък за значително подобряване на ефективността.

А промяната се случва всеки ден. За нея разговаряме с Атанас Добрев, главен изпълнителен директор на VIVACOM и лице от нашата корица. Той споделя как компанията върви напред в изграждането на услуги от най-ново поколение и кои са спянките по-скоро да се пренесем в ерата на умните български градове.

Показваме добрите примери и иновациите в „Аурубис България“, „Асарел-Медет“, „Главболгарстрой“, „София Тех Парк“.

За ефективното управление разговаряме с Валентин Гълъбов от TBI Bank, Атанас Германов от „Фесто Производство“, здравния експерт г-р Славейко Джамбазов.

Има светлина в тунела, убеден е инж. Валентин Трашлиев от „Евро Алианс“ – единствената голяма компания в България за тунелно строителство.

Представяме и трима млади българи, гали тласък на цели нови браншове у нас – Светлин Наков, Александър Грозданов и Райчо Райчев.

Лидерите са тук и са готови да превърнат дори и кризисите в нов потенциал. *Приятно четене!*



НЕВЕНА МИРЧЕВА
главен редактор

NEVENA MIRCHEVA
Editor-in-Chief

Crisis and Opportunities

Crises mean danger, instability and risk. They come as a surprise, just as this summer, unexpectedly arose, the crisis with personal data, which has leaked after the hacking attack of the National Revenue Agency. In the main topic of our September issue, three of the most prominent Bulgarian PR and marketing professionals share how to be responsible and effective in our communication “when the thunder strikes”.

Crises bring changes, but not necessarily just negative ones. They also come with new opportunities and are

often a phoenix process, after which something new and sustainable can emerge from the ashes. For business people, crisis management is a daily routine. Working in an unfavourable and hard-to-predict environment can be the impetus for a significant improvement in efficiency.

And change takes place every day. We talk about it with Atanas Dobrev, CEO of VIVACOM, and the face of our cover. He shares how the company is moving forward in building new-generation services and what are the obstacles to moving into the era of smart Bulgarian cities.

We show good examples and innovations in Aurubis Bulgaria, Asarel-Medet, Glavbolgarstroy, Sofia Tech Park.

We talk about effective governance with Valentin Galabov from TBI Bank, Atanas Germanov from Festo Manufacturing, the health expert Dr. Slaveyko Dzhambazov.

There is light in the tunnel, says Engineer Valentin Trashliev from Euro Alliance – the only large tunnel construction company in Bulgaria.

We also present three young Bulgarians who have given impetus to whole new branches in our country – Svetlin Nakov, Aleksander Grozdanov and Raycho Raychev.

The leaders are here and are ready to turn even crises into a new potential. Enjoy your reading!



126

94 Д-р Славейко Джамбазов: **Културата изяжда здравната стратегия за закуска** / Dr. Slaveyko Djambazov: Culture Eats Healthcare Strategy for Breakfast

98 **Дигиталният живот на бранда** / The Digital Life of a Brand

102 **Реклама в точното време с точния адресат** / Advertising at the Right Time to the Right Target

106 **Петър Дяков и Любомир Атанасов: За дигиталните технологии и бизнеса** / Petar Dyakov and Lyubomir Atanasov: About Digital Technologies and Business

108 **Serpract: В интернет успява най-добрият, а не най-големият** / Serpract: On the Internet, the Best one Succeeds, not the Biggest

110 **От билката до хапчето** / From the Herb to the Pill

114 **Как се става нация на иновациите** / How One Becomes a Nation of Innovation

118 **Изкуственият интелект – закони или беззаконие** / Artificial Intelligence - Laws or Lawlessness

122 **Инвестиция в обществото и средата от Пощенска банка** / An Investment in Society and the Environment by Postbank

126 **Лекар на върха на пръстите** / A Doctor at the Tip of the Fingers

130 **Кодът на вечната младост** / The Code of Eternal Youth

134 **Дроневолюция** / Dronevolution

138 **Европа въвежда регулация за дроновете** / Europe Is Introducing Drone Regulations

142 **Човекът, който изведе геймърите по улиците** / The Man Who Took Gamers out into the Streets

146 **Правим космическа станция около Луната** / We Are Building a Space Station around the Moon

150 **Методи за оптимизиране на времето** / Time Optimization Methods

154 **„Белчински извор“ и възраждането на рогния край** / Belchin Spring and the Revival of the Homeland

158 **Възходът на детските книги** / The Rise of Children's Books

164 **В какво се превръща ракията** / What Does Rakia Turn into

166 **11 автомобилни нюанса** / 11 Shades of a Car

172 **Паметта на градските стени** / The Memory of Urban Walls

176 **Богатството на пътешественика** / The Wealth of Waygoer

182 **Земя на траките** / Land of the Thracians

186 **Кадакес - любимото градче на Салвадор Дали** / Cadaqués - Salvador Dali's Most Favourite Place



130



166



176



The
MAYOR
.eu

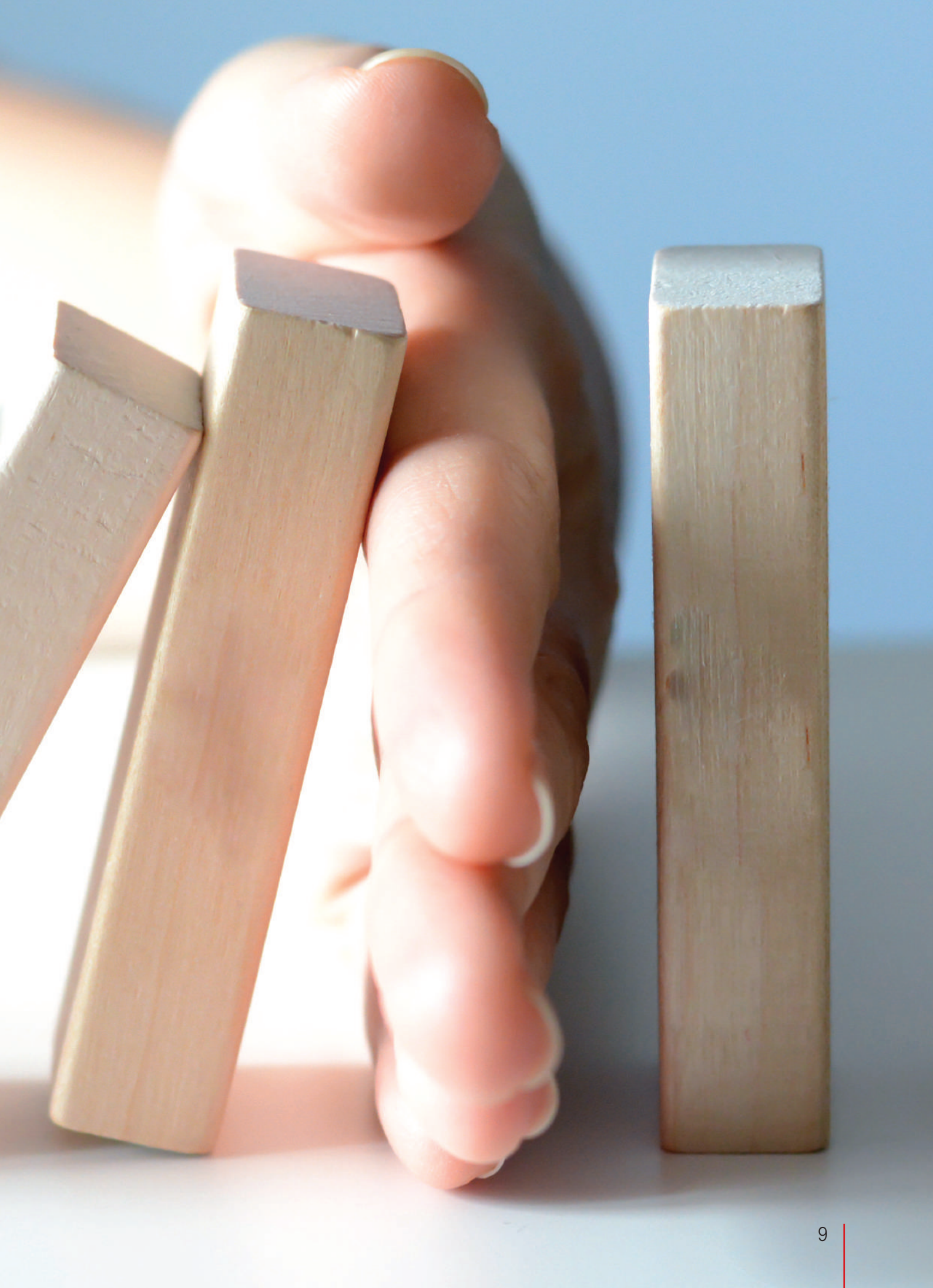
**The European Portal
for Cities and Citizens**

Комуникации при криза

Как да се подготвим за такава ситуация и как по-бързо да развържем този „възел“

How to prepare for such a situation and how to untie this “knot” more quickly

Crisis Communications





Изненади дебнат отвсякъде. Кризите са нежелани събития, до които се е стигнало, след като не е могло да бъдат избегнати. Причините, довели до тази неизбежност, може да са много, а понякога и само една е достатъчна. Една непремерена дума или фраза може да доведе до куп неприятности и дори да събуди „ефекта на пеперудата“, като предизвика „торнадо“.

Всяка организация може да попадне в кризисна ситуация, независимо от нейната сфера на дейност. Примерите по света и у нас са много. Като най-рискови се сочат хранителната индустрия, фармацевцията, транспортът, финансите, военната сфера. Но потенциалната опасност виси като дамоклев меч над всеки бизнес. Реалната криза може да е свързана със срив на системи и срив в доверието, производствена авария, инцидент с човешки жертви, огромни финансови загуби... За кризисните ситуации обикновено няма пълен информационен похлупак и те предизвикват широк медиен и обществен отзвук.

Изненада, заплахата и ограничено време за реакция са три от характеристиките на подобно нежелано събитие. Решение на кризата трябва да се намери и колкото по-бързо това стане, толкова по-малки са щетите. Често кризите водят до реструктуриране на организациите, в които са се случили, както и до промени в поведението.

Как се предпазваме от кризи и какво правим, когато се окажат неизбежни? Как да се подготвим за такъв момент, кои са някои от правилата на кризисния мениджър, кой и как да води комуникацията...

Предлагаме ви разговор с трима професионалисти, които имат богат опит в тази област. Открили слабо място на повечето организации, преди година те създадоха Центъра за анализи и кризисни комуникации.

Surprises are lurking everywhere. Crises are unwanted events which happen since they could not have been avoided. The reasons that have led to this inevitability may be many, and sometimes only one is enough. One wrongful word or phrase can cause a lot of trouble and even give power to the “butterfly effect” by causing a “tornado”.

Any organization may find itself in a crisis situation, regardless of its activity. There are many examples in Bulgaria and around the world. The food, pharmaceutical, transport, financial and military industries are considered the riskiest. But the potential danger hangs like a sword of Damocles over every business. The real crisis can be related to a system collapse or a collapse in trust, a manufacturing accident, a human casualty incident, huge financial losses... Crisis situations usually cannot be completely hidden, and they result in a wide media and public response.

Surprise, threat and limited response time are three of the characteristics of such an adverse event. A solution to the crisis has to be found and the sooner this happens, the less damages there are. Crises often lead to the restructuring of the organizations in which they have occurred, as well as to behavioural changes.

How do we protect ourselves from crises and what should we do when they are inevitable? How to prepare for such a moment, what are some of the rules of crisis management, who and how is supposed to lead the communication...

We present to you a conversation with three professionals who have extensive experience in this field. After finding vulnerabilities in most organizations, a year ago, they set up the Centre for Analyses and Crisis Communications.

Бъдете готови за непредвидени събития

Be Ready for Unexpected Events

Александър
Христов,
управляващ
партньор на
ПР агенция
Параграф 42:

А-н Христов, каква значимост има бизнес комуникацията в съвременния свят?

- Комуникациите стават все по-важни, тъй като информацията става все повече, а управлението на комуникацията е свързано именно с информационните потоци. В съвременния свят все повече кризи възникват именно заради липсата на общуване.

- Нека да дадем пример...

- През миналата година имаше ярък случай с Българската агенция по безопасност на храните, когато лошата комуникация доведе до криза. Скорошен пример за недобро управление е реакцията на засегнатата строителна компания, когато преди евроизборите се разгоря „Апартаментгейт“.

- **Кой е верният погход – да имаш подготвен екип, който да знае как да реагира при кризи, или в такъв момент да намериш точните хора, които знаят как това се прави?**

- Най-важното за преодоляване на всяка комуникационна криза е предварителната подготовка. Всяка компания трябва да е наясно, че има шанс да я сполети криза от различно естество – от производствена авария до репутационна криза, от което на практика са застрашени всички. Затова трябва непрекъснато да се наблюдават потенциалните рискове и средата. Именно с тази идея – наблюдения и анализи – тримата с Даниел Киряков и Любомир Аламанов създадохме Центъра за анализи и кризисни комуникации.

Колкото до подхода – важно е в компанията да се извърши предварителна подготовка за реакция при евентуално възникване на криза. Нужно е да има екип, подготвен за подобна ситуация. Не бива да се допускат хаотични действия. Готовността включва както стратегия, така и предварително подготвени изявления за медиите, което ще е улеснение за по-адекватни действия.

- **От какви реакции да се пазим?**

- Някои мениджъри бързат да правят изявления, други се крият, трети действат чисто емоционално – и нито един от тези варианти не е приемлив. Комуникацията трябва да е аргументирана и добре организирана.

- **Какви хора включва екипът, когато се появи криза?**

Mr. Hristov, how important is business communication in the modern world?

- Communications are becoming more and more important since information is increasing, and communication management is linked to information flows. In the modern world, more and more crises take place precisely because of the lack of communication.

- **Let's give an example...**

- Last year, there was a bright example with the Bulgarian Food Safety Agency, when the poor communication led to a crisis. A recent example of bad management is the reaction of the affected construction company when the "Apartmentgate" flared up just before the European elections.

- **What is the right approach – to have a team that is ready and knows how to respond in case of a crisis, or, at that moment, to find the right people who know how to do it?**

- The most important thing for overcoming any communication crisis is the preparation in advance. Every company should know that it may enter a crisis of various nature – from a manufacturing incident to a reputation crisis, which in fact is a threat to anyone. Therefore, the potential risks and the environment have to be monitored all the time. It was with this idea, monitoring and analyses, that the three of us, Daniel Kiryakov, Lyubomir Alamanov and I, created the Centre for Analyses and Crisis Communications.

As for the approach, it is important for the company to prepare a preliminary response to a possible crisis. There has to be a team that is prepared for such a situation. Chaotic actions should not be allowed. Readiness includes both strategy and statements for the media prepared in advance, which will facilitate taking appropriate actions.

- **What reactions should we be aware of?**

- Some managers are quick to make statements, others hide, and still others act out of emotions – and none of these options is acceptable. Communication must be well-founded and well-organized.



**Aleksandar
Hristov,
Managing
Partner of
Paragraph 42
PR Agency:**

- Добре е да включва представител на мениджмънта, комуникационен специалист и професионалист от компанията в криза, който познава добре дейността. Може да включи и агенция, която да реализира кризисната комуникационна стратегия.

- Какво препоръчвате на всички, на които все още не им се е случвало да минат през такова изпитание?

- Най-важното е да се подготвят. Не само със стратегия за добра реакция и управление на кризата, но и да имат психическа настройка за такива действия. Някои кризи са свързани с пострадали и жертви и те са най-страшни от всички.

- Докато подготвихме темата за кризисните комуникации, се разриха проблемите с изтеклите лични данни от НАП след хакерска атака и с африканската чума. Как оценявате комуникацията на съответните институции при създаването се напрежение?

- За кризата около НАП, както и за тази с африканската чума по свинете може да се каже просто - некомуникацията също е комуникация. Ненавременната информираност, противоречивите сигнали или мълчанието поражда стихийно възникване на представи. Специално в кризата с личните данни, която вероятно ще има дългосрочни последици, имаше и доста елементи на професионално управление, но като цяло реакцията беше забавена и леко хаотична.

- Преди около година създадохте Центъра за анализи и кризисни комуникации и не сте ли в постоянно напрежение, че може по всяко време да ви потърсят да „вадите кестените от огъня“?

- Това е част от професията ни и сме готови за такъв момент. Хората на бизнеса са фокусирани върху конкретната дейност на компанията и възникването на криза ги вади от равновесие. Затова външният поглед на специалист по кризисни комуникации дава възможност за по-трезва преценка на ситуацията. Вече виждаме как компаниите все повече осъзнават нуждата от превенция, защото кризите стават по-чести, развиват се по-бързо и стават все по-видими. Затова все повече мениджъри искат предварително да вземат мерки.

- Казват, че няма лоша реклама ...

- Това е мит. Погрешно би било да се придържаме към такъв постулат. Ако си изгряваща звезда и въпросът е просто да се говори за теб, може и да е приемливо. Но ако си компания, която защитава определени ценности и има сериозно пазарно присъствие, тогава комуникацията трябва да бъде добре управлявана.

- Какъв актив е добрата репутация?

- Това е изключително ценен актив. Ако възникне криза, потребителите са склонни да възприемат информацията с повече доверие, ако компанията си е изградила добра репутация.

- В комуникацията и управлението на кризи какъв фактор е дигиталната свързаност?

- Тя влияе пряко върху скоростта на разпространението на информацията, поради което се отразява и върху самото управление на кризите. Преди години имаше повече време за реакция. Сега е необходимо да се действат светкавично. Социалните мрежи и интернет налагат друг подход. Забавената реакция води до усложнения, от които по-трудно се излиза.

- Какво се прави, след като кризата бъде овладяна?

- Започва работа вътре в компанията по реструк-

- What kind of people should a team include when a crisis occurs?

- It is good to include a representative of the management, a communications specialist and a professional from the company in crisis who knows the business well. It can also include an agency that can implement the crisis communication strategy.

- What do you recommend to anyone who has not yet experienced such a trial?

- The most important thing is to prepare. Not only with a strategy for a good response and crisis management, but also to have a psychological adjustment for such actions. Some crises have victims and casualties, and they are the most terrible.

- While we were preparing the topic for the crisis communications, the scandal with the personal data, which leaked from the National Revenue Agency (NRA) after the hacking attack and the African swine fever broke out. How do you evaluate the communication of the relevant institutions at such a tense moment?

- About the NRA crisis, as well as the African swine fever, we can simply say - non-communication is also communication. Untimely information, contradictory signals or silence give rise to spontaneous occurrences of ideas. Especially in the personal data crisis, which will probably have long-term consequences, there were also many elements of professional management, but the overall reaction was slow and slightly chaotic.

- You created the Centre for Analyses and Crisis Communications about a year ago, are you under constant stress that you could be asked at any time to “pull the chestnuts out of the fire”?

- That's part of our profession, and we are ready for such a moment. Business people are focused on the specific company activity and the emergence of a crisis throws them off balance. That's why the outside view of a crisis communications specialist allows for a more sober judgement of the situation. We now see how companies are more and more aware of the need for prevention, because crises become more common, they are developing faster and become more visible. That's why more and more managers want to take action in advance.

- They say there's no bad advertising...

- That's a myth. It would be wrong to stick to such a postulate. If you are a rising star and the point is just to be talked about, it may be acceptable. But if you are a company that defends certain values and has a strong market presence, then your communication has to be well managed.

- What kind of an asset is the good reputation?

- This is an extremely valuable asset. In case of a crisis, consumers tend to perceive the information with more trust if the company has built up a good reputation.

- What factor is digital connectivity in communication and crisis management?

- It has a direct impact on the speed of information dissemination, which also affects the crisis management itself. Years ago, there was more time to react. Now, it is necessary to act immediately. Social networks and the Internet impose another approach. The delayed response leads to complications that are more difficult to get out of.

- What happens after the crisis is overcome?

- Restructuring work of the processes starts inside the company, but first, an analysis has to be made about



туриране на процеси, но първо трябва да се направи анализ как кризата е възникнала и как е преодолена. Вижда се къде е станало пропукване и се променят процедури и правила. Кризата показва какво трябва да се промени.

- Кои са някои от вашите правила за добрата комуникация и реакцията при кризи?

- Възникне ли криза, трябва да намерим начин да говорим с факти и да поемем ангажименти. Ако не си в състояние да направиш нещо конкретно, просто обещавай внимателно да проучиш ситуацията и да вземеш необходимите мерки за справяне с кризата. Съветът ми е да проявите позитивизъм и здрав разум. Избягвайте да се поддавате на паника и некоординирани действия.

- Кои е вашият позитивен финал в разговора за кризите и тяхното управление?

- Кризите стават все по-чести, но комуникационните специалисти стават все по-добри в тяхното управление. Превенцията е начин да не пострада хората, а това дори е по-важно от добрата репутация сама по себе си.

how the crisis arose and how it was overcome. The leaking spot has to be found and procedures and rules have to be changed. The crisis itself shows what needs to be changed.

- What are some of your rules for good communication and crisis response?

- If there is a crisis, we have to find a way to talk with facts and make commitments. If you are not able to do something specific, just promise to carefully examine the situation and take the necessary steps to tackle the crisis. My advice is to show positivism and common sense. Avoid panic and uncoordinated actions.

- What is your positive ending to this talk about crises and their management?

- Crises are becoming more frequent, but communication professionals are getting better at their management. Prevention is a way not to hurt people, and this is even more important than good reputation itself.

Кризата показва какво в организацията трябва да се промени

A crisis can show what the organization needs to change

Без паника Don't Panic

Даниел Киряков,
мениджър
„Комуникации“ на
Американската
търговска камара
в България:



**Daniel Kiryakov,
Communications
Manager of
the American
Chamber of
Commerce in
Bulgaria:**

Киряков, съществува нагласа, че кризите са нещо, което се случва на другите. Кога събитията опровергават този прекален оптимизъм?

- Илюзорният оптимизъм се изпарява, когато кризата ни връхлети, когато не сме подготвени или когато подгадем. В първия случай организацията не е направила нужното, за да изгради отговорен и устойчив бизнес, отлични отношения с всички заинтересовани страни, в това число комуникационни. Във втория – когато емоциите вземат връх.

- Имахме „горещо“ лято с два гигантски проблема – течът на данни от НАП и африканската чума. Изненада ли ви начинът, по който се водеха кризисните комуникации?

- И в двата случая „изненадата“ не е неочаквана. Кризата с африканската чума във всичките ѝ аспекти показва неспособността на съответните държавни институции да станат по-бдителни след предишните кризи и да осъществят превенцията и защитата на свиневъдството. Омаловажаването на проблема, опитите за внушения и издаването на присъди преди да е приключило разследването, както и физическото отсъствие на директорката на НАП са примери за лоша комуникация и липса на уважение към гражданите. Отделен въпрос е липсата на конкретни мерки за ефективната киберсигурност на личните данни в НАП и в България.

- Има ли универсален начин, чрез който да държим кризите далече?

- Доколкото една организация инвестира целенасочено и последователно във всички свои приоритетни дейности – да, има. Това означава наред в основните дейности (т. нар. core business) тя да насочва ресурс и към комуникациите.

Правила съществуват и те позволяват да структурираме добре всяка стратегия и бюджет в комуникациите. Но трябва да имаме предвид спецификите, които всяка организация има. Именно при кризите се вижда най-добре колко жизнеспособни са организациите. Там изпъкват най-силно техните ценности.

- Доколко добрият ПР и добрата кому-

Mr. Kiryakov, there is an attitude that crises are something, which happens to others. When do events disprove this overly optimistic view?

- The illusory optimism disappears when the crisis comes upon us in a moment when we are not ready or when we succumb. In the first case, the organization has not done everything necessary to build a responsible and sustainable business, excellent relationships with all stakeholders, including communication. In the second – when emotions prevail.

- We had a “hot” summer with two massive issues – the data leakage from the National Revenue Agency (NRA) and the African fever. Are you surprised by the way the crisis communications were conducted?

- In both cases, the “surprise” was not unexpected. The African fever crisis, in all its aspects, shows the inability of the relevant state institutions to become more vigilant after the previous crises and to carry out prevention and protection measures for swinebreeding. Downplaying the problem, attempts for imprinting ideas and passing judgement before the investigation was over, as well as the physical absence of the NRA director are examples of poor communication and lack of respect for the citizens. Another thing is the lack of specific measures for the effective cybersecurity of personal data in the NRA and in Bulgaria.

- Is there a universal way to keep the crises away?

- As long as an organization invests intentionally and consistently in all its priority activities – yes, there is. This means that along its main activities (the so-called core business), it should also direct resources for communications.

Rules exist and they allow us to structure each communication strategy and budget wisely. But we have to take into account the specifics that each organization has. It is in crises that we see best how viable the organizations are. In such event, they show their values most prominently.

- To what degree the good PR and good communication policy can protect an organization from a “fire”?

- This is a necessary but insufficient condition. The good PR and communication policy build the image to a large extent and influence the reputation of the organization. If a communications specialist has earned the role of an adviser in the organization, then, they are also a factor in decision-making. They



никационна политика може да предпазят една организация от „пожар“?

- Това е необходимо, но недостатъчно условие. Добрият ПР и комуникационна политика изграждат в голяма степен образа и влияят на репутацията на организацията. Ако комуникационният специалист си е извоювал и ролята на съветник в организацията, тогава той е фактор и при взимането на решения. Той сигнализира за потенциален риск и е „будна съвест“ на организацията.

Ако една организация е изградена на добри основи и има здрави правила, тогава ПР специалистът ще има по-малко поводи за „гасене на пожари“.

- Тук говорим за кризисните комуникации, но при кой случай в световната практика сте си казвали „Дано не ми се случи“?

- Сещам се за няколко случая: двата паднали Boeing 737 Max и разливът в Мексиканския залив. Тези авиокатастрофи, при които сред пътниците на борда не останаха живи, поставиха на изпитание единия от двата световни лидера в гражданското самолетостроене. Да работиш за подобна компания носи както престиж, така и огромна тежест. В случая с кризисните им комуникации „Боинг“ демонстрираха известна тромавост - особено при първия инцидент, но сякаш си бяха научили урока при втората злополука. Ситуацията с петролния разлив, причинена от British Petroleum, е вече емблематична. Първо, с организационната култура и огромния натиск, на който е бил изложен екипът на платформата. Второ – неадекватното поведение на изпълнителния директор на компанията. „I want my life back“ се превърна в рефрен на егоцентризма и неспособността да се поеме реална отговорност за щети върху природата, които няма как да бъдат нито остойностени, нито пък възстановени.

- Кои са българските примери на нещо гнило в комуникацията, които ще посочите?

- Сред тях са „добре оркестрираните“ кампании срещу социалните неправителствени организации в страната и местните референдуми против добива на полезни изкопаеми. Българските примери са трагични по свой си начин. По отношение на местните референдуми против добива, аз бях частично участник в този в община Трън и бях наблюдател на другия в община Генерал Тошево. Формулата там е ясна: местните жители се наплашват с всевъзможни последиствия, ако се позволи добив. В Трън, най-бедната община у нас, се обещаха приходи от туризъм и земеделие, но двете

can signal about a potential risk and are the “whistle-blowers” of the organization.

If an organization is built on a good foundation and has sound rules, then the PR specialist will have fewer occasions for “fire-fighting.”

- Here, we are talking about crisis communications, but in which case from the world practice you have said to yourself: I hope this won't happen to me?

I can think of a few cases: the two Boeing 737 Max that fell down and the spill into the Gulf of Mexico. The aviation accidents, in which not even one living passenger remained on board, put one of the two world leaders in civil aircraft to the test. Working for such a company gives both prestige and tremendous burden. In the case with their crisis communications, Boeing demonstrated a certain amount of clumsiness, especially in the first incident, but in the second accident, it seemed like they had learned their lesson. The oil spill situation caused by British Petroleum has already become emblematic. First, with the organizational culture and the enormous pressure the platform team was exposed to. Second – the inadequate behaviour of the company's executive director. “I want my life back” has become a refrain of egotism and the inability to take real responsibility for the damage to the environment that can neither be estimated nor recovered.

- What are the Bulgarian examples of something rotten in the communication that you can indicate?

These include “well-orchestrated” campaigns against social NGOs in Bulgaria and local referendums against mining. Bulgarian examples are tragic in their own way. Regarding the local referendums against mining, I partially participated in one of them in Tran municipality and I was an observer of the other in the General Toshevo municipality. The formula is clear: the local population is scared of all sorts of consequences if extraction is allowed. In Tran, the poorest municipality in Bulgaria, revenues from tourism and agriculture were promised, but two years later, the main employer there was again the municipal administration. There is no eco-tourism or any other new business. In cases like these, crisis communications are powerless if they are led from the centre of Sofia. Field work is needed, as well as real examples.

- You are the co-founder of the Centre for Analysis and Crisis Communications. During the last year, was there a great test for professionalism related to crises?

The three of us witnessed a number of communication



години по-късно основният работодател там отново е общинската администрация. Няма екотуризъм, нито някакъв друг нов бизнес. В случаи като тези кризисните комуникации са безсилни, ако се водят от центъра на София. Нужна е работа на терен, трябва да се дават и реални примери.

- Вие сте съосновател на Центъра за анализи и кризисни комуникации. В изминалата една година имаше ли голямо изпитание за професионализма, свързан именно с кризите?

- И тримата бяхме свидетели на редица кризи и дефекти в комуникациите, особено от страна на институциите. Затова като доблестни професионалисти излязохме публично с позиции по ключови за обществото теми. Те имаха своите комуникационни импликации, които анализирахме и давахме съвети. Част от казусите ги обсъждахме и с колеги по време на откритите наши презентации и лекции в София и Пловдив.

- Какъв е вашият съвет за добра комуникационна политика?

- Тя е микс от елементи, като в основата стои осъзнатостта на ръководството, че комуникациите са управленска функция. После е лесно: ангажиран професионалист, щура и опитна агенция, ресурси (те винаги не стигат, но ефективното им инвестизиране е постижимо), комуникационен план, който пасва на основната дейност на организацията, лично отношение както във вътрешните, така и във външните комуникации, използване на социални медии, социална осъзнатост и отговорност, добри взаимодействия с институциите и честен подход към медиите.

- И все пак стигне ли се до криза, как да сведем загубите до минимум?

- Първо, не трябва да се паникьосваме. И да бъдем честни с публиките.

- Правила, които изведохте на базата на своя опит...

- Търпение. Всяка грешка е опит. Неуместните коментари и шеги са немислими, когато са засегнати човешки съдби и природата. И най-важното – не лъжете!

Честността е по-добър инструмент от зле прикритата истина

Honesty is a better tool than a badly concealed truth

crises and defects, especially on the part of the institutions. That is why, as valiant professionals, we went public with positions on key social issues. They had their communication implications, which we analysed and gave advice on. Some of the cases were discussed with colleagues during our open presentations and lectures in Sofia and Plovdiv.

- What is your advice on a good communication policy?

- It is a mix of elements, and at the core is the awareness of the management that communications are a management function. Then it's easy: an engaged professional, a crazy and experienced agency, resources (they are always insufficient, but their effective investment is achievable), a communication plan that fits into the main activity of the organization, personal relation in both internal and external communications, use of social media, social awareness and responsibility, good interactions with institutions and an honest approach to the media.

- Still, if there is a crisis, how can we minimize the losses?

- First, we should not panic. And we should be honest with the public.

- The rules you have made based on your experience...

- Patience. Every mistake is an experience. Inappropriate comments and jokes are unthinkable when human destinies and the environment are affected. And most importantly – do not lie!

Липсата на комуникация ражда чудовища

The Lack of Communication Creates Monsters

Любомир
Аламанов,
изпълнителен
директор на
SiteMedia:

Г-н Аламанов, може ли бизнесът да съществува без комуникационни кризи?

- Това вече е химера. Ето защо въпросът е как се подготвяме предвидително. Светът стана бърз и динамичен и кризите са част от всекидневието. Преди 10 години те бяха рядкост, организацията можеха да си позволят да реагират бавно. Интернет и социалните мрежи ускори комуникациите и разпространението на информацията, но и разшири обхвата на кризите и станаха предпоставка те да зачестят. И хората се промениха - преди бяха пасивни потребители, днес масовата публика е активен участник. Информацията бързо се създава и лесно се препраща, което е голямо предизвикателство за засегнатите страни.

- А институциите имат ли готовност за адекватна реакция при кризи? Течът на данни от НАП и африканската чума по свиномете какво показва?

- Показаха, че се подценява готовността за успешни информационни кампании в случай на кризи. БАБХ не си е взела поуки от предишната криза, станала известна като „Баба Дора и козичките“. Казусът с изтичането на данни от НАП също е симптоматичен. Имаше и добри решения, но остана усещането, че администрацията се шураше и не знаеше какво да направи. Институциите явно не са разбрали, че вече сме в дигиталния XXI век, където грешките се наказват сурово, рано или късно.

- Каква е „застраховката“ срещу кризи?

- Няма застраховка. Все едно да питаме има ли застраховка срещу гравитацията. Кризите ги има. Понякога може да ги избегнем, друг път, ако сме подготвени добре, може да минимизираме щетите и по-лесно да ги овладеем.

- На едни компании им се случва да изпадат в кризи, на други – не. Кои имат този лош късмет?

- Прави се оценка и анализ на риска и се оценява кой може да попадне в рисковата ситуация. Например компании, които работят с бързооборотни стоки, които имат многобройни крайни клиенти, са в по-голям риск от кризи. Производствени аварии не спират да се случват. Затова трябва предвидително да се оцени потенциалът за възникване на ситуации, които изискват кризисна комуникация.

Mr. Alamanov, is it possible for any business to function without facing communication crises?

- This is not possible today. That is why the question is how we prepare in advance. The world became fast and dynamic and crises are now part of everyday life. 10 years ago, they were rare, and organizations could afford to react slowly. The Internet and social media have accelerated communication and sharing of information but also broadened the range of crises and became a prerequisite for them to become more frequent. People changed as well, they used to be passive consumers, and today the mass audience is an active participant. Information is quickly created and easily distributed, which is a big challenge to the affected parties.

- Are the institutions prepared for an adequate crisis response? What did the data leakage from the National Revenue Agency (NRA) and the African swine fever indicate?

- They have shown that the readiness for successful information campaigns in the event of a crisis is underestimated. The Bulgarian Food Safety Agency has not learned its lesson from the previous crisis, known as “Baba Dora and the Goats.” The data leakage case was also symptomatic. There were some good solutions, but the feeling that the administration was scurrying about and didn't know what to do remained. The institutions have clearly not realized that we are already in the digital 21st century, where sooner or later mistakes are punished severely.

- What is the “insurance” against crises?

- There is no insurance. This is the same as asking if there is insurance against gravity. Crises do exist. Sometimes we can avoid them, and other times if we are well prepared we can minimize the damages done and overcome them more easily.

- Some companies happen to fall into a crisis, and others do not. Which ones have this bad luck?

- A risk assessment and analysis is performed and on its bases it is judged who could find themselves in such a situation. For example, companies that work with fast moving consumer goods and have numerous end-clients are in a higher risk of a crisis. Industrial accidents will



Lyubomir
Alamanov,
Managing
Partner,
SiteMedia
Consultancy:



- Що е то криза днес?

- Кризата е събитие, което има потенциала да нанесе вреди върху хората и околната среда, да засегне заинтересованите страни около една организация и да повлияе на имиджа на нейните продукти и услуги. Част от кризите не стигат до външния свят. От друга страна, кризите стават все по-сложни. В усилията за преодоляването им ПР специалистите служат като координатори на вътрешния екип, който се справя с кризите. За да се минимизират щетите, комуникаторите трябва да поддържат връзка с всички заинтересовани страни, като пряко засегнати, вътрешна публика, държавни и общински органи на властта, синдикати и други. Служителите на засегнатата компания не бива да научават за развитието на ситуацията единствено от медиите.

- Защо е важно да водим този разговор?

- Защото хората и организациите трябва да са подготвени за такива моменти. Преди време се говореше за „промяната“ като единично явление, но днес тя е постоянна част от нашия живот. По същия начин кризите не са „черен лебед“, които се появява рядко. Те са постоянно съпътстващо явление. Профилактиката е съществена част от усилията да предотвратим нежелани ситуации.

- Как компаниите да се подготвят?

- Някои от основните правила за компаниите са: да се грижат добре за репутацията си, да работят постоянно за своя имидж. Да имат присъствие в социалните мрежи, а не като възникне криза, да се сетят, че това е било важно. Да поддържат добри отношения с журналистите, тъй като те реагират при възникването на криза и реакциите им получават широка обществена разгласа. Ако бизнесът е стоял дистанциран от медиите, в момент на криза комуникацията с журналистите ще е много по-трудна.

- **Какво ще кажете на всички, които смятат, че кризите са нещо, което се случва на другите?**

- Те са хора, които при мрачно време в Лондон излизат

not cease to happen. That is why the potential of occurrence of situations that require crisis communications much be assessed in advance.

- What is a crisis today?

- A crisis is an event that has the potential to cause harm to people and the environment, to affect the stakeholders of an organization and to affect the image of its products and services. Some crises never reach the outside world. On the other hand, crises are becoming more and more complicated. In their effort for overcoming them, PR specialists serve as coordinators of the internal team that is dealing with the crises. To minimize damages, communicators must liaise with all stakeholders – directly affected ones, as well as the internal audience, state and municipal authorities, syndicates, etc. Employees of the affected company must not learn about the development of the situation only from the media.

- Why is it important to have this conversation?

- Because people and organizations need to be more prepared for these moments. At some point, “change” was discussed as a single phenomenon, but today, it is a constant part of our lives. In the same way crises are not anymore a “black swan” that appears infrequently. They are a constant accompanying phenomenon. Prevention is an important part of the effort to make sure unwanted situations do not occur.

- How can companies be prepared?

- Some of the main rules for companies to get prepared are: to take good care of their reputation, to work constantly for their image. To have presence in social media, and not to remember this is something important only during a crisis. To keep good relationships with journalists as they react during crises and their reactions receive wide publicity. If the business was distant from the media, in a moment of crisis, the communication with journalists would be much more difficult.

- What would you tell everyone that believes that crises are something that happens to others?

- These are people that go outside without an umbrella in London when the weather is gloomy. Hails fall somewhere

Кризите не са „черен лебед“, който се появява рядко, а са съпътстващо явление

Crises are not a black swan that appears infrequently, they are a constant phenomenon

навън без чадър. Градушки пагат някъде другаде, но някой път погубват и нашата реколта. Липсата на комуникации също може да доведе до криза.

- От какво зависи бързо да се върнем в онази нормалност, в която сме видими само с позитивно случващото се?

- Зависи от поредица правилни действия. Зависи как мениджмънтът на компанията ще се отнесе към кризата – дали ще подобри процесите и процедурите в организацията. Репутацията е като голяма планина – всеки ден тропаме по малко. Когато настъпи криза, тя отнема част от тази планина. Ако планината е голяма, няма да ѝ се отрази съществено. Ако е малък хълм, изчезва.

- Кое ви подтикна да направите Центъра за анализ и управление на кризи?

- И тримата с колегите Киряков и Христов сме с доста опит. Установихме, че имаме общо над 60 години работа в сферата на комуникациите. Отдавна се забелязваше тенденцията на увеличаване на честотата на възникване на кризи. Но миналата година имаше продължителна поредица с участието на държавни институции. Видяхме, че не се разбира важността на превенцията и обратната реакция при кризи. Примери много. Може да се спомене ситуацията около ЗД „Олимпик“, комуникацията за системата „Бонус-малус“, за Конвенцията против домашното насилие. Да не говорим за случая, в който един вицепремиер стана бивш заради неумението си да говори с майките на деца с увреждания...

- Има и много примери, в които компании влязоха в комуникационна криза. Какво да се прави, когато това стане факт?

- Всяка криза е уникална и няма универсални рецепти. Една от основните препоръки може да е да си признаеш, ако си сбъркал, но за много хора е трудно да кажат, че са допуснали грешка. Всичко зависи от конкретния случай.

- Готови ли сте да управлявате комуникацията на голяма криза?

- Готови сме да помогнем, разбира се. Кризите обаче не се разрешават от отделни хора, а от големи екипи.

- Как тропаме опит?

- Наблюдаваме, изследваме, не спираме да се учим и подхождаме стратегически към всеки потенциален проблем. Част от кризите, които тук се случват, вече са ставали някъде по света. Важно е да се правят аналогии и добрите практики умело да се прилагат.

- Коя бизнес криза за вас е пример за добра комуникация и бързо справяне?

- Която се е разрешила толкова бързо и умело, че масовата публика не е разбрала за нея.

- В такъв случай какъв е вашият съвет - как да избегнем кризи или как бързо да ги овладеем?

- Хората са най-важни, мислете първо за тях. Грижете се също за обратната комуникация. Липсата на комуникация ражда чудовища. (1)

else but sometimes they destroy our own harvest. The lack of communications can also lead to a crisis.

- What do we depend on to quickly return to our normal state when we are only visible with our positive initiatives?

- This depends on a series of correct actions. It depends on how the management of the company will treat it – whether it would improve the processes and procedures in the organization. Reputation is like a big mountain – every day we make it bigger and bigger. When a crisis occurs, it takes a part of this mountain away. If the mountain is big, this would not drastically affect it. But if it is a small hill, it would disappear.

- What made you create the Centre for analysis and Crisis Communications?

- The three of us – my colleagues Kiryakov, Hristov, and I, have a lot of experience. We found out that together, we have over 60 years of experience in the field of communications. For a long time now, the tendency for more frequent crises has increased. But last year, there was an ongoing series of crises that involved many state institutions. We saw that the importance of prevention and good reaction during crises is not well understood. There are a lot of examples for this. We could mention the situation around Olympic Insurance Company, the communication for the Bonus-malus system, the Convention against Domestic Violence. Not to mention the incident where a vice prime minister became an ex-vice prime minister because of his inability to communicate with the mothers of children with disabilities.

- There are also a lot of examples in which companies had a communication crisis. What should they do when this is already a fact?

- Every crisis is unique and there is no universal remedy. One of the main recommendations is to admit that you are wrong, but for many people, it is difficult to say they have made a mistake. It all depends on the specific case.

- Are you willing to manage the communications in a major crisis?

- We are ready to help, of course. However, crises are not solved by individuals, but by big teams.

- How do you gain experience?

- We observe, research, never stop learning and approach each potential problem strategically. Part of the crises that are happening here have already happened somewhere across the world. It is important to make analogies and to apply good practices cleverly.

- Which business crisis is an example for good communication and management to you?

- Which was solved so quickly and skillfully that the mass audience never heard about it.

- In this case, what is your advice – how to avoid crises or how to manage them quickly?

- People are the most important, think about them first. Also, take care of good communications. The lack of communication creates monsters. (2)



Атанас Добрев: Инвестициите днес са услугите утре

Истински
успешните компании
имат свой път,
те трябва да
развиват пазара и
обществото

Атанас Добрев е главен изпълнителен директор и член на Управителния съвет на VIVACOM. Той поема ръководството на телекома през юни 2013 г., като от постъпването си в БТК през 2008 г. е главен финансов директор на оператора. Има магистърска степен по бизнес администрация от Crummer Graduate School of Business във Флорида, САЩ, и магистърска степен по международни икономически отношения от УНСС.

От 2009 г. БТК ЕАД оперира под търговската марка VIVACOM. Компанията предоставя мобилни и фиксирани гласови услуги, интернет, телевизия, облачни услуги, индивидуални решения за корпоративни клиенти, а в последните няколко години успешно реализира иновативни проекти в сферата на умните градове и Интернет на нещата.

Atanas Dobrev: The Investments of Today Are the Services of Tomorrow

Atanas Dobrev is the Chief Executive Officer and member of the Management Board of VIVACOM. He took over the management of the telecom in June 2013 as a Chief Operating Officer of the operator after joining the Bulgarian Telecommunication Company (BTC) in 2008. He holds a Master's degree in Business Administration from The Crummer Graduate School of Business in Florida, USA, and a Master's Degree in International Economic Relations from the University of National and World Economy.

Since 2009, BTC has been operating under the VIVACOM trademark. The company provides mobile and fixed phone services, Internet, television, cloud services, individual solutions for corporate clients, and in the last few years has successfully implemented innovative projects regarding Smart Cities and the Internet of Things.

Truly successful companies have their own path, they have to develop the market and the society

Невена Мирчева, Татяна Явашева  Nevena Mircheva, Tatyana Yavasheva

Атанас Добрев, в последните десетилетия ИКТ секторът стана ключов за човечеството. Защо?

- Ако погледнем индустриалните революции, ще видим как навлизането на машините и на електричеството промени света. Преносът не само на глас, но и на информация на огромни разстояния доведе до революция, свързана с комуникациите. Хората днес очакват достъпни, сигурни и налични по всяко време комуникации. Сега сме на прага на следващата революция, която ще е свързана с изкуствения интелект. А комуникациите са основата, без която тази революция няма да е възможна.

- Във VIVACOM сте вече 11 години. Каква технологична промяна стана през това време?

- Когато постъпих, имаше 2G покритие, макар и по-

Mr Dobrev, in the last decades, the ICT sector has become a key sector to humanity. Why is that?

- If we take a look at the industrial revolutions, we will see how the introduction of machines and electricity has changed the world. The transmission not only of voice but also of information over vast distances has led to a revolution in communications. People today expect affordable and secure communications which, are available at all times. We are now on the verge of the next revolution, which will be related to artificial intelligence. And communications are the basis without which this revolution would not be possible.

- You have been part of VIVACOM for 11 years now. What technological change has taken place during this time?

- When I joined the company, it had 2G coverage, though

лошо от това на другите два телекома. Имаше и някакво 3G покритие. За да го подобрим и за да въведем нови услуги, през тези 11 години инвестирахме близо 1,9 млрд. лв. Не зная груга частна компания да е инвестирала толкова средства в България. Само през 2018 г. нашите вложения възлизат на 187 млн. лв.

- Това са огромни суми, за какво отугоха тези пари?

- Ако за развитието на 2G мрежата бяха нужни 10 години, на 3G мрежата ѝ трябваха 5 години, а 4G мрежата стана факт за по-малко от три години. Вече имаме над 99% покритие на населението, както и над 94% покритие на територията според нашите измервания, което е едно от най-високите в ЕС. В началото на август бях на Седемте рилски езера и установих, че почти навсякъде имаме 4G покритие, само на Бъбрека покритието беше 2G. Каква промяна само за 10 години! Страхът, че ако говорим дълго по телефона, ще платим скъпо, остана в миналото. В повечето абонаментни планове има или неограничени разговори, или толкова, че да не може да ги изговорим. Сред сериозните ни капиталови проекти беше развитието на оптичното покритие. В момента близо 1,2 млн. домакинства имат достъп до високоскоростен фиксиран интернет и интерактивна телевизия и това отключи инвестициите в сектора, като България е на едно от първите места по наличие на широколентов интернет в дома. Когато през 2012 г. започнахме да предлагаме ТВ услуги, пазарът беше фрагментиран, а услугите – некачествени. Сега сме водещ доставчик на интерактивна телевизия с достъп и през телефона. Вдъхнахме нов живот на линейната телевизия, която в много страни се смята за умиращ бизнес. Технологиите позволи контролът да мине в ръцете на хората и те сами да определят какво и кога да гледат.

- През 2019-а VIVACOM отбелязва 10-годишнина, но зад гърба на компанията стоят още 130 години история. Какво груго ще откриете сред важните моменти?

- Промяната на името беше наложено от факта, че гругеството се състоеше от няколко части, които предоставяха различни услуги. Образът ни пред потребителите не беше ясен. Затова преди 10 години променихме стратегията си с цел бъдещето да принадлежи на интегрирания оператор, който ще предоставя разнообразни услуги. Но за да бъде предпочитан, той трябва да предоставя най-доброто във всяка една сфера. Промяната на името беше начин да кажем на своите клиенти, че макар да сме отдавна на пазара, ние сме в състояние да се променим и да им предложим това, от което имат нужда. Случващото се през тези 10 години до голяма степен оправда нашата стратегия. Резултатите показаха, че вече сме телеком номер едно по общи приходи и то за шест поредни години. Преди 10 години се смяташе, че да си само мобилен оператор, е правилната стратегия. Но днес почти няма такива, които да не искат да са интегриран оператор. Движиме се преди вълната. Хубаво е когато те следват.

- Вие ли водите клиентите, или те вас?

- Следим внимателно световните тенденции, както и конкурентите ни на локално ниво. Но истински успешните компании имат свой път, те трябва да са способни да развиват пазара и да допринасят за напредъка на обществото. Важният въпрос е какво ще искат клиентите след 5-10 години, а не какво искат сега.

worse than that of the other two telecoms. There was also some 3G coverage. In order to improve it and to introduce new services, we have invested nearly BGN 1.9 billion for the last 11 years. I do not know another private company that has invested so many resources in Bulgaria. For 2018 alone, our investments amount to BGN 187 million.

- These are enormous amounts, what was this money spent for?

- If it took 10 years for the 2G network to develop, the 3G network took 5 years, and the 4G network became a fact for less than three years. We already have over 99% coverage of the population, as well as over 94% coverage of the territory according to our measurements, which is one of the highest in the EU. In the beginning of August, I was at the Seven Rila Lakes and found that almost everywhere we had 4G coverage, only around the Kidney lake, the coverage was 2G. What a change in just 10 years! The fear that if we talk on the phone for a long time we will pay dearly has remained in the past. In most subscription plans, there are either unlimited minutes or so many that we can never use them all. Among our high capital projects was the development of the optical coverage. Currently, nearly 1.2 million households have access to high-speed landline Internet and interactive television, and this has unlocked investments in the sector, with Bulgaria being one of the first in broadband availability at home. When we started offering TV services in 2012, the market was fragmented and the services were of poor quality. We are now a leading provider of interactive television with access also via telephone. We have breathed new life into linear television, which was considered a dying business in many countries. Technology has allowed the control to go into the people's hands and for them to determine what and when to watch.

- In 2019, VIVACOM is celebrating its 10th anniversary, but the company has 130 years of history behind it. What else among the important moments you would like to highlight?

- The change of the brand was caused by the fact that the company consisted of several units, which provided different services. Our image before our consumers was not clear. That is why 10 years ago, we changed our strategy and made the future belong to an integrated operator that will provide a variety of services. But in order to be selected, the operator has to deliver the best in every area. Changing the brand was a way of telling our clients that even though we were on the market for a long time, we were able to change and offer them what they needed. What has happened for these 10 years has largely justified our strategy. The results show that we are now number one telecom in total revenue for six consecutive years. 10 years ago, it was considered that being only a mobile operator was the right strategy. But today, there is



Следващата индустриална революция ще е свързана с 5G и с изкуствения интелект

The next industrial revolution will be related to 5G and artificial intelligence



Цикълът на инвестиции в нашата индустрия никога не е под 1 година, а най-често е над 3-4 години. Когато се инвестират стотици милиони, е важно това да става с ясно виждане какво ще се случи в бъдещето. Инвестициите гнес са услугите, които клиентите ще ползват утре.

- Какви са очакванията ви за развитието през следващите 10 години?

- Дигиталната трансформация означава автоматизация на всички процеси, които позволяват това. Така клиентът ще може през своето устройство да купува, да променя и настройва желаните услуги. Ще прави всичко от дистанция, без да чака на опашки. Тази есен пускаме нашия нов електронен магазин, който е плод на над 2-годишни усилия. Той ще е основата за прехвърляне на много от дейностите ни онлайн. След 10 години бързината на мрежата ще е даденост, както електричеството и водата на местата, където ни трябва. Наличието на бързи и сигурни комуникации в комбинация с мрежи, способни да обслужват милиони устройства на квадратен километър, ще доведе до нов цикъл на промяна и на инвестиции във всички останали индустрии. Иновативните фирми ще предложат на клиентите си нови услуги по по-добър начин. Чака ни нова индустриална революция, която ще обхване всички сфери.

- Каква технология е 5G и има ли опасност тя да повлияе негативно на живота на планетата?

- Електромагнитните излъчвания са може би основното притеснение на хората, свързано с използването на мобилни мрежи и устройства. Но всеки един електрически уред, който е включен, създава електромагнитно поле и уредът излъчва електромагнитни вълни. Технически казано, мобилните комуникации използват вълни с определена дължина и слаби сигнали, за да предават ефективно информацията. В спектъра, в който работят 2G до 5G мрежите, се създават нейонизиращи лъчения. Вредните лъчения, за които е доказано, че водят до разрушаване на клетката, са йонизиращите. Дали 5G има опасност да разруши живота на земята? Не! „Опасността“ е да намали неефективността и да улесни живота ни.

- Какви ще са ползите от 5G мрежите?

- Ще дадат възможност да се използват нови честоти, което ще предостави по-голям капацитет за



hardly anyone, which does not want to be an integrated operator. We were moving in front of the wave. It's nice when everyone is following you.

- Do you lead your clients, or do they lead you?

- We are closely monitoring the global trends, as well as our competitors locally. But truly successful companies have their path, they must be able to develop the market and contribute to the advancement of society. The important question is what clients will want in 5-10 years, not what they want now.



The investment cycle in our industry is never less than 1 year, and most often it is more than 3-4 years. When hundreds of millions are invested, it is important to have a clear vision of what will happen in the future. The investments of today are the services that clients will use tomorrow.

- What are your expectations for development in the next 10 years?

- Digital transformation means automation of all the processes that allow it. This will give clients the opportunity to buy, modify and customize the services they want through their device. They will do everything from a distance without waiting in a queue. This autumn, we are launching our new e-shop, which is the result of over 2 years of efforts. It will be the basis for transferring many of our activities online. In 10 years, the speed of the network will be guaranteed, as are electricity and water where we need them. Having fast and secure communications in combination with networks capable of serving millions of devices per square kilometre will lead to a new cycle of change and investments in all of the other industries. Innovative companies will offer their clients new services in a better way. A new industrial revolution is awaiting us, covering all areas.

- What kind of a technology is 5G and is it likely to have a negative impact on the life on the planet?

- Electromagnetic radiation is perhaps people's main concern in relation to the use of mobile networks and devices. But each electrical device that is plugged in creates an electromagnetic field and the device emits electromagnetic waves. Technically speaking, mobile communications use wavelengths and weak signals to transmit information effectively. In the spectrum where 2G

to 5G networks operate, non-ionizing radiation is created. The harmful emissions that have been proven to cause cell destruction are the ionizing ones. Does a danger exist of 5G destroying life on the Earth? No! The "danger" is to reduce inefficiency and make our lives easier.

- What will be the benefits of 5G networks?

- They will enable the use of new frequencies, which will provide greater capacity for mobile data transmission. Today, more and more people have smartphones, which is why they need more and more mobile Internet. Thus, the annual growth of mobile Internet becomes more than 70%. If there is no 5G, the now existing network will be overloaded. If supply is restricted for technological reasons, prices will have to go up and the Internet will be slow and expensive. And with the

пренос на мобилни данни. Днес все повече хора имат смартфони и затова имат нужда от все повече мобилен интернет. Така годишният ръст на мобилния интернет става над 70%. Ако няма 5G, сега съществуващата мрежа ще се претовари. Ако предлагането е ограничено по технологични причини, цените ще трябва да нараснат, а интернетът ще е бавен и скъп. А при нарастващата концентрация на хората в градовете, по-ефективното използване на ресурсите ще става чрез автоматизирани системи, които да управляват трафика, видеонаблюдението, сметосъбирането и т. н. 5G мрежите ще направят това възможно.

- Да разбираме ли, че умните градове не са възможни без наличието на 5G?

- Да, 5G всъщност са ултрабързи, сигурни и пълтни

”

Инвестирайки в 5G, ще отключим следващата вълна на човешката изобретателност

By investing in 5G, we will unlock the next wave of human inventiveness

“

мобилни мрежи. Преди 20 години не можехме да си представим многофункционално портативно устройство като днешния смартфон, то беше само в сферата на фантастиката. Инвестирайки в 5G, ще отключим следващата вълна на човешката изобретателност. Тя ще създаде нови услуги, които ще подобрят нашия живот по начин, който днес дори не можем да си представим. Тази технология например ще съдейства да се развият сфери като телемедицина и автономни превозни средства.

- Кои са пречките за навлизането на 5G в България, щом има толкова много преимущества?

- Конкуренцията между операторите направи така, че и трите телекома да имат готовност за навлизане в 5G ерата. В дадена честотна лента обаче може да работи само един мобилен оператор. За да има 5G, трябва да има правилна държавна политика – на първо място трябва да бъде даден честотен спектър. Подходящите честоти са или много скъпи, или са заети за военни цели. Ето защо развитието на 5G мрежите зависи от това дали правителството ще „даде зелена светлина“ чрез ревизиране и адаптиране на ценовата политика спрямо новите условия. Действащото строително законодателство също датира от зората на развитието на мобилните комуникации, когато е имало малко на брой базови станции. Необходимо е режимът за преоборудване и строеж на нови базови станции да се осъвремени, което ще позволи България да е сред водещи страни в развитието на 5G.

- Управляващите ли не разбраха, че се явяват преразда в развитието на технологиите, или определени страхове имат забързащ ефект...

- България има едни от най-строгите режими за безопасност, свързани с нивата на електромагнитните излъчвания - допустимите нива са 10 пъти по-ниски от тези в повечето европейски страни. Съществува неразбиране за строежа на базови станции и темата все още се приема за чувствителна. В Европа 5G мрежата се развива и ние трябва да избираме между новите технологии и старите страхове.

- В умните градове ще се генерират все повече данни. Как се отнасяте към прекалено чувствителната тема за защитата на личните данни?

- Нашият бизнес се гради на доверието на клиентите към нас. Защитата на личните данни е сърцето на нашия бизнес и ние гледаме изключително сериозно към тази отговорност. Имаме вътрешни процеси, политики и системи, както и стриктен контрол, напълно съобразен и с GDPR.

- Получихте наградата на КРИБ за иновации. Какъв вид иновации са сега във фокуса на инвестициите, които правите?

- Повод за наградата беше платформата VIVA SMART. Тя обединява иновативни услуги в три направ-

increasing concentration of people in cities, a more efficient use of resources will be made possible through automated systems, which will manage traffic, video surveillance, garbage collection, etc. 5G networks will make this possible.

- Does this mean that Smart Cities are not possible without 5G?

- Yes, 5G actually means ultrafast, secure and dense mobile networks. 20 years ago, we couldn't imagine a multifunctional portable device like today's smartphones; this was only in the realm of fiction. By investing in 5G, we will unlock the next wave of human inventiveness. It will create new services that will improve our lives in ways we cannot even imagine today. This technology, for example, will help for the development of areas, such as telemedicine and unmanned vehicles.

- What are the obstacles to the introduction of 5G in Bulgaria when there are so many advantages?

- The competition between operators has made it possible for all three telecoms to be ready to enter the 5G era. However, only one mobile operator can operate in single frequency band. In order to have 5G, there must be a proper state policy – the frequency spectrum must be provided first. The appropriate frequencies are either very expensive or used for military purposes. That is why the development of 5G networks depends on whether the government will give the green light by revising and adjusting pricing policy to the new conditions. The current construction legislation also dates from the dawn of the development of mobile communications when there were few base stations. It is necessary that the regime for the refurbishment and construction of new base stations be updated, which will allow Bulgaria to be among the leading countries in the development of 5G.

- Did the government not understand that they are a barrier to technology development, or do certain fears have a deterrent effect...

- Bulgaria has one of the most strict safety regimes related to electromagnetic radiation levels – the permissible levels are 10 times lower than in most European countries. There is a misunderstanding on base station construction and the topic is still considered sensitive. In Europe, the 5G network is developing and we have to choose between new technologies and old fears.

- More data will be generated in Smart Cities. How do you treat the overly sensitive subject of personal data protection?

- Our business is based on the clients' trust. Personal data protection is at the heart of our business and we take this responsibility extremely seriously. We have internal processes, policies and systems, as well as strict controls, which are in full compliance with GDPR.

- You received the Innovation Award of the Confederation of Employers and Industrialists in Bulgaria (KRIB). What kind of innovation is now in the focus of the investments you are making?

- The reason for the prize was the VIVA SMART platform. It brings together innovative services in three directions. The first one is Smart City solutions – from smart garbage collection, where we have several pilot projects, through the mass introduction of video surveillance in cities, traffic management and environment monitoring. These are just some of the challenges of life in the city that can be solved through technology. The second direction we work on is the storage, transfer and data processing. Digitalization

ления. Първото е решения за умни градове - от умното сметосъбиране, където имаме няколко пилотни проекта, през масовото навлизане на видеонаблюдението в градовете, управление на трафика и мониторинг на околната среда. Това са само част от проблемите на живота в града, които могат да бъдат решени чрез технологиите. Второто направление, в което работим, е система за съхранение, пренос и обработка на данни. За нас е важна и дигитализацията на образованието. В тази област имаме както конкретни телеком решения, така и социално отговорна кампания „Образование 4.0“. С нея целим да покажем добрите практики от използването на технологии в учебния процес и да ги мултиплицираме. Фокусът трябва да се постави върху естествените науки, тъй като в следващите 30 години ще има търсене именно на такива специалисти. Другите иновации, които предвиждаме, са свързани с увеличаване капацитета на мобилната мрежа. Работим усилено за това догодина да пробием бариерата от 100 мегабита и смартфонът да постига такава скорост. Започваме цикъл от инвестиции, за да може в точното време да отговорим на нарасналите нужди на нашите клиенти. Очаквайте скорошни изненади и в интерактивната телевизия.

- Ще навлизате ли в сферата на финансовите услуги?

- Необходими са иновации при разплащанията. Амбицията ни е да наложим разплащанията с мобилен телефон не само с търговците, но и между потребителите. До края на годината очаквайте да видим наши иновации в тази сфера.

- Кой държи „ключо“ към умните градове?

- Общинската администрация. Градът е саморазвиваща се система, в която кметът и общинският съвет са местното правителство. Умният град е съвкупност от оборудване, процеси и технологии и е по-ефективен начин за предоставяне на услуги от общината към нейните граждани.

- Как си представяте VIVACOM след 10 години?

- Ключовите фактори на промяната ще са: автоматизирани решения, ефективност и персонализация за всеки клиент; сигурност и доверие; шанс всички индустрии да се възползват от възможностите на технологията. След 10 години ще се знае колко е била успешна днешната ни стратегия за разширяване на портфолиото и за навлизането ни в сферата на финансовите услуги. Но нашата визия за бъдещето е, че телекомите ще излязат от ролята си просто на доставчик на услуги и ще се превърнат в доверен партньор за свързване на хора и устройства.

- Колко време в денонощието отделяте на вашия смартфон?

- В работно време е около 2 часа, а в почивните дни успявам да го свала до половин час. Това време не включва използването на лаптоп и таблет. За телевизия почти нямам време.

- Предвиждате ли си време за т. нар. дигитална детоксикация?

- Да. На Седемте рилски езера използвах телефона основно за снимки. Смятам, че трябва да намерим своя баланс и цифровите устройства да са наш помощник, а не нещо, което движи живота ни. VIVACOM се стреми да е в помощ на клиентите си и да е невидима част от живота им. Ние сме успешни само ако клиентите ни ползват, без да мислят за нас. ☺

” В последните 10 години инвестирахме 1,9 млрд. лв. и вече шеста поредна година VIVACOM е телеком номер едно по общи приходи в България

In the last 10 years we have invested BGN 1.9 billion and for the sixth consecutive year VIVACOM is the number one telecom in total revenue in Bulgaria “

of education is also important to us. In this area, we have both specific telecom solutions and a socially responsible Education 4.0 campaign, whose aim is to highlight the good practices from the use of technology in the learning process and to multiply them. The focus should be on the natural sciences because in the next 30 years, there will be a demand for such specialists. The other innovations we envision are related to increasing the capacity of the mobile network. We are working hard to break the 100-megabyte barrier next year and the smartphone to reach that speed. We are launching a cycle of investment in order to meet the growing needs of our clients at the right time. You can soon expect surprises in the interactive television as well.

- Will you get into the area of financial services?

- Innovation in payments is needed. Our ambition is to advance mobile payments not only to merchants but also between consumers. By the end of the year, you can expect to see our innovations in this area.

- Who holds the “key” to Smart Cities?

- The municipal administration. The city is a self-developing system in which the mayor and the municipal council are the local government. The Smart City is a collection of equipment, processes and technologies and is a more efficient way of delivering services by the municipality to its citizens.

- How do you imagine VIVACOM in 10 years?

- The key factors of change will be: automated solutions, efficiency and personalization for each client; security and trust; a chance for all industries to take advantage of technology. In 10 years, we will know how successful our strategy today was for expanding our portfolio and for entering the financial services industry. But our vision for the future is that telecoms will outgrow their role of a service provider and will become a trusted partner for connecting people and devices.

- How much time do you spend on your smartphone a day?

- About 2 hours while I am at work, and on weekends, I manage to reduce them to half an hour. This time does not include the use of a laptop and a tablet. I hardly have any time for television.

- Do you set aside any time for a so-called digital detox?

- Yes. At the Seven Rila Lakes, I used my phone mainly for photos. I think we need to find our balance and digital devices have to be our helper, not something that drives our lives. VIVACOM strives to help its clients and be an invisible part of their lives. We are successful only if our clients benefit from us without thinking about us. ☺





От Даян Коил

By Diane Coyle

Даян Коил е професор по публична политика в университета в Кеймбридж.

Diane Coyle is Professor of Public Policy at the University of Cambridge.

Пъзелът на икономическия прогрес

The Puzzle of Economic Progress

Project Syndicate

Знаем ли как се развиват икономиките? Очевидно изглежда, че не, или в противен случай в тези времена с нисък растеж всяка държава би била в по-добро състояние, отколкото е в момента. Всъщност, примерите за бърз, устойчив растеж, като Япония, започващ през 60-те години на миналия век, или на други държави от Югоизточна Азия десетилетие по-късно, са толкова редки, че често се описват като „икономически чудеса“.

Въпреки това, когато Патрик Колисън от компанията за софтуерна инфраструктура Stripe и Тайлър Коуен от университета Джордж Мейсън наскоро написват статия в „The Atlantic“, в която призовават за противоречива нова интердисциплинарна „наука за прогреса“, предизвикват бурно възмущение сред учените.

Мнозина посочват огромното количество академични и приложни изследвания, които вече се занимават с тази тематика, която Колисън и Коуен предлагат да бъде включена в нова дисциплина, наречена „Наука за прогреса“. В днешно време цели армии от икономисти изследват въпроси като кое преопределя местоположението на технологични клъстери като Силиконовата долина, защо индустриалната революция се е случила, когато се е случила, или защо някои организации са много по-продуктивни и иновативни от други. Както Джина Неф от университета Оксфорд наскоро отбелязва в Twitter, индустриалната революция дава начало на социологията или това, което тя нарича „Наука за прогреса 1.0“.

Всичко това е вярно, но въпреки това Колисън и Коуен са написали нещо. Очевидно е, че

Do we know how economies develop? Obviously not, it seems, or otherwise every country would be doing better than it currently is in these low-growth times. In fact, cases of sustained rapid growth, like Japan beginning in the 1960s, or other Southeast Asian countries a decade later, are so rare that they are often described as “economic miracles.”

Yet when Patrick Collison of software infrastructure company Stripe and Tyler Cowen of George Mason University recently wrote an article in *The Atlantic* calling for a bold new interdisciplinary “science of progress,” they stirred up a flurry of righteous indignation among academics.

Many pointed to the vast amount of academic and applied research that already addresses what Collison and Cowen propose to include in a new discipline of “Progress Studies.” Today, armies of economists are researching issues such as what explains the location of technology clusters like Silicon Valley, why the Industrial Revolution happened when it did, or why some organizations are much more productive and innovative than others. As the University of Oxford’s Gina Neff recently remarked on Twitter, the Industrial Revolution even gave birth to sociology, or what she called “Progress Studies 1.0.”

This is all true, and yet Collison and



академичните изследователи трудно работят заедно, когато се налага да прекратят границите на своите дисциплини, въпреки многократните призови да го правят по-често. Това го голяма степен е резултат от различни мотиватори, които насърчават учените да се специализират във все по-тесни области, така че да могат да създават публикации, които да им носят популярност и професионално признание. Както се казва в една стара поговорка, светът има проблеми, но университетите имат катедри. Следователно интердисциплинарните научноизследователски институти като моя и този на Неф трябва да обмислят внимателно как най-добре да развиват кариерата на по-младите колеги. Същият проблем с разделението възниква и в правителството, което също е раздробено по отдели.

Освен това, модерното в момента в областта на изследванията може да доведе до непропорционално съсредоточаване на интелектуални усилия в определени области. Нека вземем за пример въпроса за етиката при изкуствения интелект, което очевидно е важна тема, но наистина ли това е основното научно предизвикателство днес, дори в областта на изкуствения интелект или етиката? Финансовите стимули, вградени в бизнес моделите на технологичните компании, ми се струват поне толкова важни, колкото моралът в това да се даде обяснение за поведението на тези фирми.

В същото време е любопитно как някои важни икономически въпроси остават недоизследвани. Например в скорошната си книга „Канан за технологиите“ Карл Фрей разгръща мрачния си възглед за това какво ще означава автоматизация за бъдещите работни места, като посочва неблагоприятните ефекти, които първата индустриална революция имаше върху обикновения работник. И все пак Фрей отбелязва, че един последващ период на автоматизация, ерата на масовото производство в средата на ХХ век, е белязан с висока

Cowen are on to something. Academic researchers clearly find it hard to work together across disciplinary boundaries, despite repeated calls for them to do so more often. This is largely the result of incentives that encourage academics to specialize in ever-narrower areas, so that they can produce the publications that will lead to promotion and professional esteem. The world has problems, as the old saying puts it, but universities have departments. Interdisciplinary research institutes like mine and Neff's therefore have to consider carefully how best to advance the careers of younger colleagues. The same silo problem arises in government, which is likewise organized by departments.

Moreover, fashions in research can lead to hugely disproportionate intellectual efforts in specific areas. To take one example, the ethics of artificial intelligence is clearly an important subject, but is it really the dominant research challenge today, even in the fields of AI or ethics? The financial incentives embedded in technology companies' business models seem to me at least as important as morality in explaining these firms' behavior.

*At the same time, some important economic questions are curiously underexplored. For example, in his recent book *The Technology Trap*, Carl Frey expands on his gloomy view of what automation will mean for the jobs of the future, pointing to the adverse effects that the original Industrial Revolution had on the typical worker. Yet Frey also notes that a later period of automation, the era of mass production in the mid-twentieth century, was one of high employment and increasingly broad-based prosperity. What explains the great difference between those two eras?*

More generally, researchers need to distill their



заетост и все по-масов просперитет. Какво обяснява голямата разлика между тези две епохи?

Глобално погледнато, изследователите трябва да адаптират своите открития на достъпен за политиките език - особено когато има значителни научни разногласия - и да убедят лицата, които вземат решения, да предприемат действия. Въпреки че обществеността като цяло се доверява на академичните изследвания, повечето хора на науката не умеят да комуникират особено добре (което отново отразява тяхната професионална мотивация). Освен това, последното нещо, което някои политици искат, е доказателство, което опровергава някое широко възприето вярване. И дори по-широко скроените държавни служители често се затрудняват с това да намерят лесно смилаема академична експертиза за статуса на знанието, особено по въпроси, свързани с новите науки и технологии.

Днес ролята на изследванията в промяната на поведението - независимо дали това на държавните служители или на бизнеса и гражданите - е част от по-широката криза на легитимността в западните демокрации. В началото на 2000-те технократите, и по-специално икономистите, водеха парада, а правителствата делегираха голям брой политики на не-

findings in an accessible way for policymakers – particularly when there are significant scholarly disagreements – and persuade decision-makers to act on them. Yet although the public broadly trusts academic research, most academics are poor communicators (which again reflects their professional incentives). Besides, the last thing some politicians want is evidence that disproves a dearly held belief. And even open-minded officials often struggle to find easily digestible academic expertise on the state of knowledge, particularly on questions concerning novel science and technology.

Today, the role of research in changing behavior – whether that of government officials or of businesses and citizens – is part of the broader crisis of legitimacy in Western democracies. By the early 2000s, technocrats – and economists in particular – ruled the roost, and governments delegated large swaths of policy to independent expert bodies such as central banks and utility regulators. But then came the 2008 global financial crisis. With real incomes stagnating for many, and “deaths of despair” increasing, it is not surprising that expertise has lost

зависими експертни органи като централни банки и регулатори. Но след това дойде глобалната финансово криза от 2008 г. При застои на реалните доходи на мнозина и растящи нива на „смърт от отчаяние“ не е изненадващо, че експертният опит е изгубил блясъка си за голяма част от обществеността.

Това ни води до последната точка за необходимостта от наука за прогреса: какво всъщност имаме предвид под „прогрес“? Как трябва да се измерва и следи и кой го постига? Много са причините, поради които стандартният индикатор за растеж на реалния БВП, който не измерва голяма част от това, което хората всъщност ценят, вече няма да върши работа.

Дебатът за прогреса поражда дълбоки политически и философски въпроси относно това какъв тип общества искаме. Ако глобалната икономика изпадне в рецесия, което към момента изглежда вероятно, тогава социалните разделения и политическата поляризация ще се засилят още повече. А ясното послание от края на хилядолетието насам е, че ако повечето хора не се докоснат до прогреса, тогава обществото изобщо не напредва като цяло.

Сегашните академични изследвания - върху въздействието на новите технологии, икономиката на иновациите и качеството на управление например - може да попълнят все повече парченца от пъзела. Но много важни въпроси за икономическия прогрес остават без отговор, а други все още не са поставени правилно. (1)

its luster for much of the public.

This leads to a final point about the need for a science of progress: what do we actually mean by “progress”? How should it be measured and monitored, and who experiences it? For many reasons, the standard indicator of real GDP growth, which leaves out much of what people value, will no longer do.

The debate about progress therefore raises profound political and philosophical questions about the kind of societies we want. If the global economy falls into recession, as now seems likely, then social divisions and political polarization will intensify further. And the clear message since the turn of the millennium is that if most people do not experience progress, then society isn't really progressing at all.

Current academic research – into the impact of new technologies, the economics of innovation, and the quality of management, for example – may be providing ever more pieces of the puzzle. But many crucial questions about economic progress remain unanswered, and others have not yet even been properly posed. (1)

Авторско право
Проджект Синдикат, 2019 г.
Copyright: Project Syndicate, 2019.
www.project-syndicate.org

Know How to Succeed

Financial Times
Executive MBA
Ranking:
#45 worldwide

Join the MBA programs of Europe's leading business university:

- › real-life content
- › students from >30 nations
- › internationally renowned faculty

Global Executive MBA

2 MBA degrees, jointly offered with the University of Minnesota, USA.
3 intern. residencies: Asia, South America, USA.

Executive MBA (in Bucharest)

3 intern. residencies: USA and Austria.

Professional MBA

Intern. residency: USA.
Specialization e.g. in Finance, Marketing & Sales, Digital Transformation & Data Science, Energy Management, Project Management, Entrepreneurship & Innovation

WU Executive Academy

mba@wu.ac.at
executiveacademy.at/mba



От Шан-Джин Вей

By Shang-Jin Wei

Шан-Джин Вей, бивш главен икономист на Азиатската банка за развитие, е професор по финанси и икономика в Колумбийския университет и гостуващ професор в Австралийския национален университет.

Shang-Jin Wei, former Chief Economist of the Asian Development Bank, is Professor of Finance and Economics at Columbia University and a visiting professor at the Australian National University.

Може ли рецесия в САЩ да сложи край на търговската война

Could a US Recession End the Trade War

Project Syndicate

Неотдавнашната инверсия на кривата на доходите в Съединените щати – към момента с по-нисък лихвен процент по десетгодишните гържавни облигации на САЩ от тази по краткосрочните облигации – предизвиква опасения от възможна рецесия в САЩ по-късно през годината или през 2020 г. Па-

The recent inversion of the yield curve in the United States – with the interest rate on ten-year US government bonds currently lower than that on short-term bonds – has raised fears of a possible US recession later



радоксално, но кризата в Америка може да помогне за подобряване на двустранните икономически отношения с Китай и овладяване на ескалиращите търговски спорове между двете страни.

Подобни прогнози се базират на опита от модерната история. Наистина, с намаляване на търсенето на внос, рецесиите в САЩ обикновено оказват отрицателно въздействие върху икономиките с високо съотношение между търговия и БВП, включително Китай. Въпреки това, по време на последните икономически спадове САЩ демонстрираха по-засилена от обичайното готовност да си сътрудничат с Китай, в опит да стимулират излизането от кризата.

По време на последната голяма рецесия в САЩ през 2008-2010 г. например Китай се оказа единствената голяма икономика, която имаше възможността и желанието да засили глобалното търсене. Отчасти в резултат на това китайско-американските връзки се подобриха и САЩ дори се застъпиха за даване на повече глас на Китай в международни организации като Международния валутен фонд и Г-20.

По подобен начин отношенията между САЩ и Китай се бяха влошиха в средата на 2001 г. след сблъсък по време на полет между американски разузнавателен самолет и китайски изтребител над Южнокитайско море, което доведе до смъртта на китайския пилот и загържането на американския екипаж. Но след като терористичните атаки от 11 септември 2001 г. внезапно влошиха икономическите перспективи на САЩ, икономическите връзки между САЩ и Китай се подобриха.

За разлика от своите предшественици, администрацията на американския президент Доналд Тръмп вероятно няма международно сътрудничество в своята ДНК. Показателно е обаче, че Тръмп започна настоящата търговска война, когато в САЩ започна да се наблюдава прегряване на икономиката, отчасти в резултат на агресивното намаляване на данъците, което той прокара през Конгреса в края на

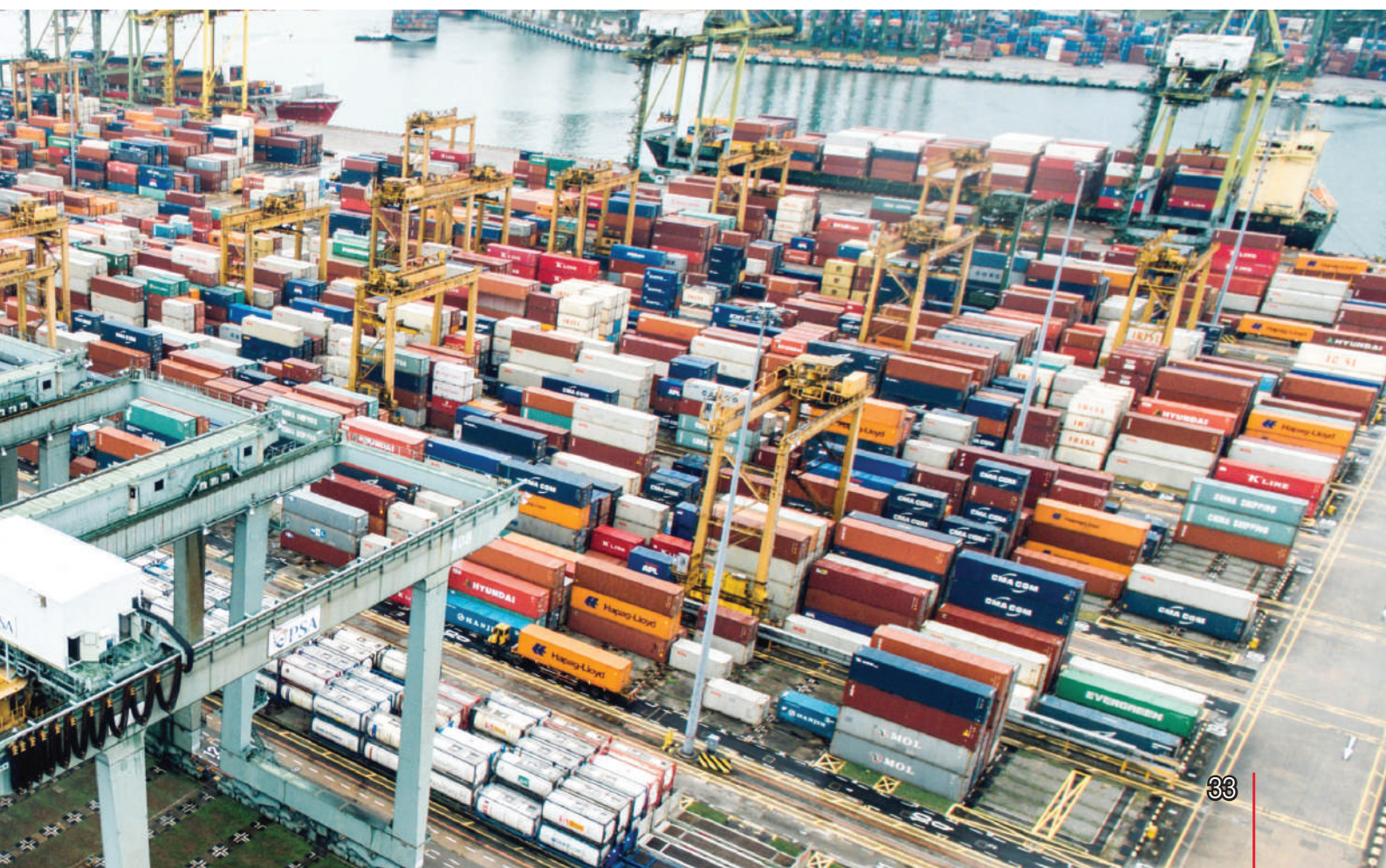
this year or in 2020. Yet, paradoxically, a downturn in America could help to improve bilateral economic relations with China and cool the two countries' escalating trade dispute.

Recent history offers grounds for such predictions. True, by reducing import demand, US recessions normally have a negative impact on economies with a high trade-to-GDP ratio, including China. However, in recent downturns, the US also has been more willing than normal to cooperate with China in order to try to spur recovery.

During the last major US recession in 2008-10, for example, China appeared to be the only major economy able and willing to boost global demand. Partly as a result of this, Sino-American ties improved, and the US even advocated giving China a greater voice in international bodies such as the International Monetary Fund and the G20.

Similarly, US-China relations were at a low ebb in mid-2001, following a mid-air collision of a US reconnaissance plane and a Chinese fighter jet over the South China Sea, which resulted in the death of the Chinese pilot and the capture of the American crew. But after the September 11, 2001, terrorist attacks suddenly darkened the US economic outlook, US-China economic ties improved.

Unlike its predecessors, US President Donald Trump's administration may not have international cooperation in its DNA. But, tellingly, Trump initiated the current tariff war when the US economy was somewhat overheated, partly as a result of the aggressive tax cut that he pushed through Congress in late 2017. Frictions with America's trading partners, which many economists believe are damaging both the



2017 г. Търканията с търговските партньори на Америка, които мнозина икономисти смятат, че вредят както на САЩ, така и на световната икономика, всъщност могат да помогнат за потушаване на презряването на американската икономика. Но позицията на Тръмп по отношение на Китай може да се смекчи, ако се стигне до рецесия.

Два са факторите, които биха могли да променят тази вероятност. Първо, Китай може да не е в състояние или да не желае да предостави икономически стимули. Съотношението дълг към БВП на китайското правителство е по-голямо днес, отколкото преди десетилетие, когато властите въведоха агресивен пакет от стимули за компенсиране на отслабващото търсене на износ, вследствие на световната финансова криза. Този факт изглежда ограничава капацитета на правителството за провеждане на по-агресивна фискална политика в случай на рецесия в САЩ.

Въпреки това съотношението на дълга към БВП на Китай все още е много по-ниско от това на повечето държави големи икономики, което дава на правителството възможност за допълнителни фискални стимули при възникване на икономическа криза. Освен това, въпреки че Китайската народна банка (КНБ) е по-предпазлива по отношение на производното инжектиране на ликвидност, сравнително високият коефициент на резерви, който КНБ налага на търговските банки, предполага, че тя би имала значителна мощ, ако възникне необходимост.

Вторият рисков фактор е намаляването на корпоративния данък за 2017 г., което увеличава търговския дефицит на Америка с Китай, като още повече уврежда двустранните отношения.

Общият търговски дефицит на Америка е отражение на недостига на национални спестявания в САЩ, спрямо инвестициите. Увеличавайки тържавния дълг на САЩ с допълнителни 1-2 трилиона долара през следващото десетилетие, намаляването на данъците за 2017 г. ще намали значително процента на спестяванията. Тъй като е малко вероятно то да бъде компенсирано от намаление на националните инвестиции или достатъчно голямо увеличение на спестяванията от частния сектор, намалението на данъците допринася за по-голям търговски дефицит в САЩ. Предвижда се общият дефицит през тази година да бъде по-голям, отколкото през 2017 или 2018 г. и тази тенденция се очаква да продължи.

Това е категорична индикация, че търговският дефицит на САЩ с Китай ще се увеличи. Тъй като американските политици и голяма част от медиите очевидно не признават връзката между намаляването на данъците на Тръмп и нарастващия търговски дефицит в САЩ, те най-вероятно ще припишат проблема на китайците, които правят нещо злонамерено. Поради тази причина от доста време поддържам тезата, че намаляването на данъците в САЩ е значителна структурна пречка за намаляване на търговския дефицит на Америка с Китай (и с много други търговски партньори) и следователно вероятен източник на напрежение през следващите няколко години.

Независимо от това, търговският дефицит на САЩ (като дял от БВП) обикновено намалява с отслабването на американската икономика, тъй като тенденцията е търсенето на внос също да намалява. Следователно рецесията в САЩ може да намали до известна степен отрицателното въздействие от намаляването на данъците на Тръмп върху търговския дефицит.

По-съществено е, че самото китайско правителство намали данъците агресивно от края на 2018 г., като свали данъка върху ДДС (от 17% на 16%, а след това до 13%), по-



US and the global economy, may in fact be helping to cool down the US economy. But Trump's stance on China may soften, should a recession materialize.

Two factors could derail this possibility. First, China may be unable or unwilling to provide economic stimulus. The Chinese government's debt-to-GDP ratio is higher today than it was a decade ago, when the authorities rolled out an aggressive stimulus package to offset weakening export demand in the wake of the global financial crisis. That fact would seem to limit the government's capacity to pursue an expansionary fiscal policy in the event of a US recession.

Even so, China's debt-to-GDP ratio is still much lower than that of most other large economies, giving the government some room for additional fiscal stimulus in an economic emergency. Moreover, although the People's Bank of China is more cautious about injecting liquidity at will, the relatively high reserve ratio the PBOC imposes on commercial banks suggests that it would have significant firepower should the need arise.

The second risk factor is the 2017 US corporate tax cut, which enlarges America's trade deficit with China, further damaging bilateral relations.

America's overall trade deficit reflects a shortage of



нижи ставката на корпоративния данък и намали процента на вноската за социално осигуряване за работодателите.

Тъй като е малко вероятно тези скорошни намаления на данъците да бъдат компенсирани от по-ниските инвестиции или достатъчно голямото увеличение на частните спестявания, най-вероятно националните спестявания на Китай ще намалеят. В резултат на това общият търговски излишък на страната, който отразява нейния излишък от спестявания спрямо инвестициите, вероятно ще бъде далеч по-малък през 2020 г. и дори може да премине в дефицит за едно или две тримесечия. Въпреки че Китай почти сигурно все още ще управлява двустранния търговски излишък с Америка през следващата година, заради ефекта от намаляването на данъците в САЩ дисбалансът ще бъде много по-малък, отколкото би бил в противен случай.

Въпреки че рецесията в САЩ като цяло би била лоша новина за световната икономика като директен канал за търсене, тя би могла да помогне за нормализиране на проблемните отношения между Америка и Китай. Ако двете най-големи икономики в света се разбират по-добре по между си, бизнесът и инвеститорите навсякъде ще си отбършат. Това може да се окаже позитивът от следващата рецесия в САЩ. (1)

US national savings relative to investment. By causing US government debt to increase by an additional \$1-2 trillion over the next decade, the 2017 tax cut will make the government's savings rate substantially more negative. Because it is unlikely to be offset by a decrease in national investment or a large enough increase in private-sector savings, the tax cut has contributed to a higher US trade deficit. The overall deficit this year is projected to be larger than in 2017 or 2018, and this trend is set to continue.

This strongly suggests that the US trade deficit with China will increase. With US politicians and much of the media evidently failing to recognize the connection between Trump's tax cut and the growing US trade deficit, they will most probably think the Chinese are doing something pernicious. For this reason, I have long argued that the US tax cut is a significant structural impediment to reducing America's trade deficit with China (and with many other trading partners), and therefore a likely source of tension over the next few years.

Nonetheless, the US trade deficit (as a share of GDP) typically decreases as the American economy weakens, because import demand tends to fall as well. A US recession may, therefore, somewhat moderate the negative impact of the Trump tax cut on the trade deficit.

More important, the Chinese government has itself cut taxes aggressively since the end of 2018, reducing value-added tax (from 17% to 16% and then to 13%), lowering the corporate income-tax rate, and decreasing the social-security contribution rate for employers.

Because these recent tax cuts are unlikely to be offset by lower investment or a sufficiently large increase in private savings, China's national savings rate will most probably decrease. As a result, the country's overall trade surplus – which reflects its excess of savings over investment – probably will be far smaller in 2020, and may even slide into deficit in one or two quarters. Although China will almost certainly still run a bilateral trade surplus with America next year because of the effect of the US tax cut, the imbalance will be much smaller than otherwise would have been the case.

While a US recession would be bad news for the global economy in terms of a direct demand channel, it could help to normalize the troubled relations between America and China. If the world's two largest economies get along better, businesses and investors everywhere will breathe a sigh of relief. This may turn out to be a silver lining in the next US recession. (2)

Авторско право Прогжект Синдикат, 2019 г. / Copyright: Project Syndicate, 2019.

www.project-syndicate.org

Shutterstock



ФИНТЕХ

Машината на времето

Fintech - The Time Machine

Татяна Явашева  Tatyana Yavasheva

Къде по-бързо, къде с по-бавно темпо, но технологичната промяна във финансовия сектор си върви. Появата на финтех компаниите се превърна в катализатор на тази динамика. В началото ги отричаха, но като видяха, че иновациите имат революционен заряд, традиционните финансови

In some cases faster, in others - slower, but the technological change in the financial sector is happening. The emergence of fintech companies has turned into a catalyst for this dynamic. In the beginning, they denied them, but seeing the



институции преценяват, че сътрудничеството с новаторите е шансът им да влязат в бъдещето през парадния вход. Финансовият форум Иновации, организиран от Асоциация Банка на годината, се фокусира върху тази тема.

Ноу-хау от Израел

„Финансовите институции са ключови, те са моторът. Финтех действат като лидери на пазара и тяхната роля не се състои само в изграждане на доверие, а разгръщайки своите възможности, те общуват повече с клиентите и им предлагат различни продукти“, разказва Тал Шарон – управляващ партньор на Equitech, Израел. Страната е с население от близо 9 млн. души, но в нея се развиват около 700 финтех компании. Известиторите се интересуват от стартъпи и 75% от

В сътрудничество с иновативни компании традиционните финансови институции може да влязат в бъдещето през парадния вход

In cooperation with innovative companies, traditional financial institutions can enter the future through the main entrance

revolutionary charge of innovation, traditional financial institutions started to believe that cooperation with innovators is their chance to enter the future through the main entrance. The Innovation Forum, organized by the Bank of the Year Association, focuses on this topic.

Know-How from Israel

"Financial institutions are key, they are the engine. Fintechs are acting as market leaders and their role is not just to build trust, but by expanding their capabilities, they communicate more with customers and offer them different products," says Tal Sharon, Managing Partner at Equitech, Israel. The country has a population of nearly 9 million, but it has about 700 fintech companies. Investors are interested in startups and 75% of the investments are from abroad. That is the second largest system in the world for fintech investments. Regulators play a very important role as they move the market. According to Sharon, startups and financial institutions must interact, and in Israel they have found the right way to do so. "Bulgaria is also part of the global market, and if you know what is in high demand, you can develop new technologies. If the conditions here are good, the investors will also turn to your country. Education is also important, at universities in Israel fintech trainings exist," commented Equitech's managing partner.

Темпо

Traditional financial institutions have three possible choices. For the bank to return to its original form and to become a bank for entrepreneurs again. Second option, to be a powerful digital house, which will have many challenges. Third, falling into the Valley of Death, in which they are companies that no one wants to kill, but they barely survive. There are many banks in this category, where a lot is being done but nothing is carried to completion, says Philip Genov, founder and CEO of Sophia Lab. He believes the era of major transformation projects is in the past. And one of the reasons is that the number of regulations is steadily growing. In Bulgaria, the pace is slow, on average it takes around a year and a half for innovations to

Вложенията са от чужбина. Там е втората по големина система в света за инвестиции във финтех. Регулаторите играят много важна роля, тъй като те движат пазара. Според Шарон стартоупите и финансовите институции трябва да си взаимодействат и в Израел намират подходящи начини за това. „България също е част от глобалния пазар и ако имате представа какво се търси, може да разработвате нови технологии. Ако условията тук са добри, инвеститорите ще се насочат и към вашата страна. Образованието също е важно и в университетите в Израел има обучения по финтех“, коментира управляващият партньор на Equitech.

Темпо

Има три възможни избора пред традиционните финансови институции. Банката да се върне към първоначалната си форма и отново да стане банка на предприемачите. Второ, да е мощна дигитална къща, което ще е свързано с много предизвикателства. Трето, да попадне в Долината на смъртта, в която се оказват компании, които никога не иска да убие, но те едва оцеляват. В тази категория се намират банки, в които много неща се правят, но нищо не се довежда докрай, коментира Филип Генов, основател и изпълнителен директор на Sophia Lab. Той смята, че ерата на големите трансформиращи проекти е вече в миналото. И една от причините е, че броят на регулациите расте постоянно. В България темпото е бавно и средно за година и половина иновациите се развиват от идея и достигат до пазара. Като цяло bankerите нямат представа какво точно става в технологичните компании. Те дори не са наясно, че българските финтех стартоупи са сред най-успешните в Европа. Старият континент е разглеждан като бавно и неефективно място, докато Израел, САЩ и Великобритания са подходяща територия за развитие на иновациите. Да притежаваш технологии е нищо, ако не скъсиш времето за достигане до пазара. Ако организацията няма стратегия за промяната и няма лостове за нейното изпълнение, нищо няма да се случи. На пазара има празнота - хората не са добре запознати с развитието на финтех сектора.

Двигател

Дигитализацията стана една от силите, които движат промяната. Тя дава възможност да се премахне посредникът между ресурса и клиента. Фокусът се премества от банките, които досега имаха имидж на място, където безопасно може да държиш своите пари. Сега говорим не само за доверие, но и за функционалност, напомня Едуард Цветанов, официален представител на Revolut за България. Това е най-бързо разрастващата се финтех компания в Европа. „Всичко е ориентирано към резултатите, към това колко ще ни струва и как ще ги постигнем и колко време ще ни отнеме. Опитваме да съкратим процесите, които стоят между потребителите и техните пари. Преди да получите касовата бележка при пазаруване, ще получите съобщение на телефона си, че сте похарчили съответната сума. Работим с пет криптовалути. Дигитализацията спестява време да се свързвате с банката или да отивате във физическия клон, а не е просто още един канал за комуникация. Дигитално управлявате всичките си финансови процеси. Когато човек пътува, той се нуждае от специфични продукти, а ние предла-



be developed from the idea to the point when they reach the market. In general, bankers have no idea what exactly is going on in technology companies. They are not even aware that the Bulgarian fintech startups are among the most successful in Europe. The old continent is seen as a slow and inefficient place, while Israel, the United States and the UK are a suitable territory for innovation development. Having technology is nothing if you do not shorten the time to reach the market. If the organization does not have a strategy for the transformation and there are no levers for it, nothing will happen. There is a gap in the market - people are not well aware of the development of the fintech sector.

Engine

Digitalization has become one of the driving forces of change. It allows the intermediary between the resource and the client to be removed. The focus shifts from banks that so far have had an image of a place where you can safely keep your money. Now, we are talking not only about trust but also about functionality, says Edward Tsvetanov, Revolut official representative for Bulgaria. This is the fastest growing company in Europe. "Everything is result-oriented, how much it will cost us, and how we will achieve it and how long it will take us. We are trying to shorten the processes that exist between consumers and their money. Before you receive the cash note when shopping, you will receive a message on your mobile phone that you have spent the specific amount. We work with five cryptocurrencies. Digitalization saves time to connect with the bank or go to the physical branch, it is not just another channel of communication. You digitally manage all your financial processes. When a person travels, one needs specific products, and we



гаме на своите клиенти само онова, от което имат потребност. Следващата революционна новост ще е да предложим робофинансов съветник, както и платформа за търгуване на фондовите борси без комисиони“, разказва Цветанов.

Фокус върху клиента

Клиентът очаква да получава повече за по-малко. Той го иска сега, а не в бъдеще, иска го 24 часа в денонощието. Дигиталните технологии позволяват на банката да се доближи до клиента, който се стреми да пести време и да му е по-изгодно. Блокчейн изгражда доверие между двете страни по сделката. Пазарът трябва да е леснодостъпен, твърди Боян Бянов, регионален директор на Raisin за ЦИЕ. Той уверява, че значението на банките не бива да се пренебрегва, но: „Не е добре пираните да плуват заедно с акулите. Пираните се движат много по-бързо от тях. В даден момент акулите започват да усещат болката и тогава край с пираните“. Банките приемат и прилагат иновативни технологии, тъй като разбират, че вече има нова тенденция. Те усещат промяната в нагласите на хората и това им налага да си сътрудничат с финтех компаниите.

Накъде

И ето някои от обобщенията, направени от трибуната на форум Иновации: Пазарът в България трябва да се събуди и е време информационната асиметрия да бъде преодоляна. Сътрудничество е ключовата дума в дигиталната банкова промяна. Мобилното банкиране е вече тук, не трябва да чакаме милениум поколенията да го припознае за свое удобство. Банката не бива да налага решения, а внимателно да „опипва почвата“ за потребностите на клиентите. Може да се дигитализираме и трансформираме колкото си искаме, но ако клиентите ни не го правят, няма нищо да постигнем, напомнят финтех лидери. (1)

only offer our customers what they need. The next revolutionary novelty will be to offer an AI financial adviser and a platform for commission free trading on stock exchanges,” Tsvetanov says.

Focus on the Client

Customers expect to receive more for less. They want it now and not in the future, they want it 24 hours a day. Digital technologies allow banks to get closer to the customer, who aims to save time and get a good offer. Blockchain builds trust between the two sides of the deal. The market should be easily accessible, says Boyan Bjanov, Regional Director of Raisin for CEE. He asserts that the importance of banks should not be overlooked, but: "It is not good for piranhas to swim with sharks. Piranhas move much faster than sharks. At some point, the sharks begin to feel the pain and that's the end of the piranhas." Banks adopt and apply innovative technologies as they understand that there is already a new trend. They sense the change in people's attitudes, and it requires them to cooperate with the fintech companies.

Where to Now

Here are some of the summarizing comments made at the Innovations forum: The market in Bulgaria needs to wake up and it is time to overcome the information asymmetry. Collaboration is the key word in the digital transformation of banks. Mobile banking is already here, we do not have to wait for the Millennials to recognize it as their own convenient tool. Banks should not impose solutions, but carefully "tap the ground" to sense customers' needs. We can digitalize and transform as much as we want, but if our clients do not, we won't achieve anything, fintech leaders remind. (2)



Валентин Гълъбов: Силата на парите е в свойството им да приближават целите

Валентин Гълъбов е председател на Управителния съвет на TBI Bank. Той е част от екипа на TBIF Group от самото ѝ създаване през 2002 г. Карьерното му развитие в групата започва като изпълнителен директор на TBI Credit и TBI Leasing и член на Съвета на директорите на TBIF Financial Services Bulgaria. Има близо 30 години професионален опит, по-голяма част от които на ръководни позиции в утвърдени международни и местни компании и институции. Бил е директор „Структурна реформа“ в Министерството на транспорта, председател на борда на Български морски флот, както и зам.-председател на Съвета на директорите на ЗАД „Булстрад“.



Valentin Galabov: The Power of Money Lies in Its Ability to Make Goals Come Closer

Valentin Galabov is the Chairman of TBI Bank's Management Board. He is part of the TBIF Group since its establishment in 2002. His career development within the Group begins as an executive director of TBI Credit and TBI Leasing. He has almost 30 years of professional experience, most of which at leadership roles within well-established local and international companies and institutions. He served as the director of Structural Reform within the Ministry of Transportation, Chairman of the Board of Directors of the Navigation Maritime Bulgare, as well as a vice-chairman of the Board of directors of ZAD "Bulstrad".

Дигиталната трансформация превръща банките в по-бързи и по-удобни доставчици на услуги

Digital transformation turns banks into faster and more convenient services suppliers

Татяна Явашева  Tatyana Yavasheva

Бизнес лидерите са... хората, които съзират възможности, създават възможности и дават възможности на другите да ги реализират.

- **Това, което се вижда отвисоко...** трябва да се огледа детайлно отблизо.

- **Лидерите, които избират да обявят последни (Саймън Синец)...** Лидерството не е ранг и власт, а е отговорност, поема над другите. Бих добавил, че тези лидери може дори да пропускат обяда, но те се хранят с удовлетворение от успеха на онези, които ги следват.

- **Правилото, на което не изневерявам...** е да се старая да изслушвам по-дълго и да говоря по-кратко.

- **Дигиталната трансформация превръща банките в...** по-бързи и по-удобни доставчици на услуги, които влизат при хората, вместо хората да ги търсят в техните офиси.

- **Двигателят на иновациите в България...** в момента е финансовата сфера.

- **Финтех са фактор, който...** променя статуквото.

- **Изкуственият интелект и блокчейн ще...** създадат нов обществен модел – култура, услуги, бизнес и професии.

- **Във времето на Big Data...** информацията не е самоцел, а грамотност.

- **Промяната...** е движение в търсена посока.

- **Рискът...** трябва да се поема разумно и да се управлява грамотно.

- **Сигурност – това е...** предвидимост.

- **Скоростта на движение към бъдещето...** определя удовлетвореността от пътуването в настоящето.

- **В хога на голямата промяна доверието...** не е даденост, но е необходимост.

- **Спестовността и харченето...** това е балансът между минимализъм и максимализъм.

- **Силата на парите е в...** свойството им да приближават целите.

- **Ако парите можеха да говорят...** нямаше да се „оплакват от работа“.

- **Няма да пожала пари за...** финтех инвестиция, която ми допада.

- **Представям си утре...** като променено вчера.

- **Моята житейска философия в едно изречение...** Емпатията крепи хигиената в отно-

Business leaders are... the people who see opportunities, create opportunities, and give others the chance to realize them.

- **What you can spot from above...** should be closely examined from within.

- **These leaders, who choose to be the last to go to launch (Simon Sinek)...** Leadership does not mean ranking or power, it's a responsibility to guide others. I would add that these leaders might even skip lunch, but they feed on the satisfaction that these who follow them succeed.

- **The rule I always abide by...** is to try as hard as possible to listen carefully and speak briefly.

- **Digital transformation turns banks into...** faster and more convenient services suppliers, which reach out to people, instead of people reaching out to them.

- **The driving force behind innovation in Bulgaria...** currently is the financial industry.

- **Fintech is a factor...** which will change the status quo.

- **Artificial intelligence and blockchain will...** create a new social order – culture, services, business, and jobs.

- **In the era of Big Data...** information is not a crazy ambition, but a source of literacy.

- **Change...** is a movement in the desired direction.

- **Risk...** should be taken carefully and managed adequately.

- **Security – that is...** predictability.

- **The movement speed to the future...** defines the satisfaction from the journey in the presence.

- **In the grand scheme of the changing world trust...** is not given but is a necessity.

- **Saving and spending...** this is the balance between minimalism and maximalism.

- **The power of money lies...** in its ability to make goals come closer.

- **If money could talk...** it wouldn't have complained from "too much work".

- **I would never shy away from spending on...** a fintech investment I find attractive.

- **I imagine tomorrow...** as a brand new version of yesterday.

- **My life philosophy in one sentence...** Empathy keeps the hygiene in the relationships safe.



Фирмен профил

TBI Bank е фокусирана върху потребителското финансиране и кредитирането на малки и средни предприятия и оперира в България, Румъния, Германия и Швеция. Банката е част от 4Finance Group, глобален лидер в дигиталното потребителско финансиране. Чрез мрежа от близо 7 000 точки на продажба TBI Bank обслужва повече от 1.2 милиона регистрирани клиенти. Подходът ѝ е фокусиран изцяло върху нуждите на клиента и определя стратегията на организацията да се превърне в дигитална банка от следващо поколение. Именно този подход устойчиво поддържа TBI Bank сред най-печелившите банки в България за последните 4 години (Capital K10).

Company Profile

TBI Bank is a consumer and SME focused bank operating in Bulgaria, Romania, Germany, and Sweden. It is part of 4finance, a global leader in digital consumer finance. Through a trusted network of almost 7 000 sales points, TBI Bank has been serving more than 1.2 million registered customers. TBI Bank's focus on customers propels it to become the next generation digital lender. The bank's successful business model and customer-focus approach makes it one of Bulgaria's most profitable and efficient banks in the last 4 years (Capital K10).

шенията.

- Принципи за доброто управление, които научих от уиндсърфа, тениса и ските... За да успееш в начинанието, първо трябва да го искаш, да усещаш вятъра, да търсиш ускорение, завоите се вземат с умения и е хубаво да се знае къде е финалът.

- Не пропускайте га... започнете нещо отначало. (👉)

- Principles for good governance I learnt from windsurfing, tennis, and skiing...

In order to succeed in what you do, first you need to want it, to feel the wind, chase the acceleration, master the turns... And have a pretty good idea of where the finishing line actually is.

- Don't forget to... start something over. (👉)

” Скоростта на движение към бъдещето определя удовлетвореността от пътуването в настоящето.

The movement speed to the future defines the satisfaction from the journey in the presence. “



Атанас Германов: Инвестициите в образование и обучения се възвръщат

Атанас Германов е ръководител отдел „Финанси и ИТ“ на Фесто Производство ЕООД от ноември 2010 г., като преди това над 5 години е финансов и административен директор на Рено Нисан България. В периода 2003-2005 г. е мениджър „Бюджетиране и финансови анализи“ в Карлсберг България, след като в продължение на 7 години е заемал различни позиции във финансовия отдел на Нестле България. Преминал е обучения в Association of Chartered Certified Accountants, ползва английски, френски и немски език.

Atanas Germanov has been the Head of the Finance and IT department at Festo Production EOOD since November 2010, and was previously the Financial and Administrative Director of Renault Nissan Bulgaria for more than 5 years. In the period 2003-2005, he was the Budgeting and Financial Analyses Manager at Carlsberg Bulgaria after holding various positions in the financial department of Nestle Bulgaria for 7 years. He was trained at the Association of Chartered Certified Accountants, uses English, French and German.

**Atanas Germanov:
There is a Good
Return on Investments
in Education and
Training**

In times of dynamic technological changes, the one who is well-orientated in the situation and adapts well will survive

Яна Колева  Yana Koleva

Свързаността ни с голям германски концерн... ни дава предимството да продаваме продукцията си по цял свят, да обменяме опит с другите поделения на групата, да получаваме достъп до нови технологии и начини на работа.

- **Растежът на нашия бизнес зависи от...** способностите ни да предоставим точния продукт на клиента, навреме, на подходяща цена и качество. Нужно е да сме по-добри както от външната конкуренция, така и от вътрешната – в рамките на групата, за да привлечем инвестиции и нови продукти.

- **Финансовият директор е човекът, който...** е навигационната система на компанията - показва дали следваме правилния курс, дали предстоят бурни или слънчеви дни. Той е аларма при поява на рискове.

- **Силата на финансовия директор се простира до...** представянето на информацията, така че да е полезна, до уменията да вижда напред, да участва активно във вземането на решения, да дава газ, но и да натиска спирачка, когато е нужно.

- **От него не бива да се очаква...** винаги да казва „да“ и да отваря широко кесията за всякакви разходи.

- **Изграждам своя стил на управление...** със стремеж да се прави това, което се изисква от колеги-

Our connection with a large German manufacturer... gives us the advantage of selling our products around the world, exchanging experiences with other divisions of the Group, gaining access to new technologies and ways of working.

- **The growth of our business depends on...** our ability to deliver the right product to the client on time, at the right price and with the right quality. We have to be better than both external and internal competition within our group, in order to attract investments and new products.

- **The Financial Director is a person who...** is the company's navigation system – they indicate if we are following the right course, or whether we are to expect turbulent or sunny days. They are an alarm when risks arise.

- **The power of the Financial Director stretches to...** presenting the information in a useful way, the ability to see what's ahead, participating actively in decision-making, speeding up, but also hitting the brake when necessary.

- **It should not be expected of them to...** always say “yes” and open the purse for any expense.

- **I build my style of management...** with the effort to do what is required of my colleagues – if we are on a



Фирмен профил

Фесто Производство ЕООД е дружество на концерна Festo в България. Заводът в София е световен лидер в производството на електромагнитни датчици за пневматични цилиндри. Основната производствена програма включва също и сензори за поток и налягане, комуникационни модули, контролери и присъединителни кабели. Годишните приходи надхвърлят 147 млн. лв., като продукцията е изцяло за износ. Производството се допълва от Технически инженерен център, който обслужва групата на Festo в развойната дейност. В дружеството работят пряко и непряко повече от 880 души, които всяка година преминават над 18 хиляди часа обучения.



те - ако сме на поход и спра за почивка, скоро и останалите ще направят същото. Служителите очакват ясни задачи и срокове, някои се нуждаят от редовно побутване, на други им дай крила и те сами ще полетят.

- **Правилата, които като финансист спазвам...** Внимавам с гоненето на срокове и преследването на цели. Можем да намерим сто оправдания при неуспех, но без изводи къде бъркаме или без мерки за наваксване положението няма да се промени.

- **Опитът ми като ръководител на финансовите отдели на компании от различни сфери на дейност ме научи...** че макар да има общовалидни принципи, няма универсални решения. Всичко зависи от средата, от особеностите на дейността, от етапа на развитие на фирмата и от приоритетите, които си е поставила.

- **Предизвикателството да отговарям за паричните потоци на производствено дружество...** разработването на нови продукти или значителното разширяване на капацитета отнемат време и средства. Производствените компании имат по-дълъг срок на реакция при големи промени в обема на дейността, отколкото едно чисто търговско дружество.

- **Един от най-важните уроци, които през годините получих, е...** че хората предпочитат да работят при ясни правила. Дори трудните задачи се решават по-добре в нормална атмосфера. Със скандали не се получава, те се връщат обратно като бумеранг.

- **Фактори, които може да „вържат“ ръцете на финансовия директор или да го погведат...** са прекалено амбициозните планове без добро покритие, както и вторачването в детайлите, при което се губи

hike and I stop for a break, soon, the rest will do the same. Employees expect clear assignments and deadlines; some need regular nudging, while if you give wings to others, they will fly.

- **The rules I keep as a financier...** I pay attention to the pursuit of deadlines and goals. We can find one hundred excuses in case of failure, but without conclusions what we have done wrong or without measures for catching up, the situation will not change.

- **My experience as head of financial departments of companies from different areas of activity has taught me...** that although there are common principles, there are no universal solutions. It all depends on the environment, the peculiarities of the activity, the stage of development of the company and the priorities it has.

- **The challenge of being responsible for the cash flows of a production company...** the development of new products or the significant expansion of the capacity take time and money. Production companies have longer reaction periods for large changes in business volumes than a purely commercial company.

- **One of the most important lessons I have learned over the years is...** that people prefer to work under clear rules. Even difficult tasks are better dealt with in a normal atmosphere. Scandals don't help for anything; they come back as a boomerang.

- **The factors that may "tie" the hands of a financial director or mislead them...** overly ambitious plans without good provision, as well as focusing on the details, which prevents seeing the overall picture.



Company Profile

Festo Production EOOD is a company of the Festo concern in Bulgaria. The plant in Sofia is the world leader in the production of electromagnetic sensors for pneumatic cylinders. The main production program also includes flow and pressure sensors, communication modules, controllers and connecting cables. The annual revenues exceed BGN 147 million, and the products are entirely for export. The production is complemented by a Technical Engineering Centre, which serves the Festo Group in its R&D activities. The company employs directly and indirectly more than 880 people, who attend more than 18,000 hours of training each year.

общата картина.

- **Във времената на динамични технологични промени...** оцелява този, който се ориентира в обстановката и добре се приспособява.

- **Светът на числата е...** море, което може да ни удави, но може и да ни доведе до гостоприемна брега.

- **Парите в дигиталната ера...** се движат много по-бързо и избират най-прекия път.

- **Най-тежкото решение, което се е налагало да взема...** беше на предишна работа при събирането на голямо вземане от клиент с парични затруднения. Успяхме да се справим без никакви загуби за компанията.

- **Избрах да стана финансист, защото...** когато фактите говорят, и боговете мълчат, а във финансите фактите са добре обосновани.

- **Останах в професията, тъй като...** имах шанса да работя в големи компании, с поле за изява и възможности за постоянно учене.

- **Финансовият директор обикновено сменя компанията, когато...** има нужда да се развива, или не намира своето място под слънцето, или когато не е съгласен с поемането на необмислени рискове.

- **Инвестирам в...** образование и обучения - усилията в тях се възвръщат.

- **Максимата, която най-добре отразява моите виждания за живота и професията:...** Ако всеки ден правим нещо повече от останалите, след няколко години ще сме много пред тях.

- **Препоръчвам: Намерете време...** да направите нещо по нов начин, за излизане от обичайното ежедневие, за зареждане на батериите. (1)

- **In times of dynamic technological changes...** the one who is well-orientated in the situation and adapts well will survive.

- **The world of figures is...** a sea where we can drown, but which can also take us to a safe coast.

- **Money in digital era...** moves a lot faster and chooses the shortest way.

- **The most difficult decision I had to make...** was at a previous job when I had to collect a large receivable from a client with financial difficulties. We managed to do it without any loss for the company.

- **I chose to be a financier because...** when the facts speak, the gods remain silent, and in finance, the facts are well-grounded.

- **I stayed in the profession because...** I had the chance to work in big companies, which gave me freedom and opportunities for constant learning.

- **A financial director usually changes the company when...** they need to develop, or do not find their place under the sun, or when they do not agree with the taking of reckless risks.

- **I invest in...** education and training – the investments always have a good return.

- **The saying that best reflects my views on life and the profession...** If every day we do something more than the rest, in a few years, we will go much farther than them.

- **I recommend: Find time ...** to do something new in order to get out of the usual routine and recharge the batteries. (2)

СПЕСТОВНОСТТА

е начин на мислене

Хората са склонни да инвестират, видят ли възможност, която им дава желаната комбинация от риск, доходност и ликвидност, твърди Иван Иванов

People tend to invest if they see an opportunity that gives them the desired combination of risk, profitability and liquidity, Ivan Ivanov says



Saving Is a Way of Thinking

Яна Колева  Yana Koleva

Инвестиционната активност на хората е слаба. За сметка на това размерът на депозитите расте и в края на април 2019 г. надхвърли 52,7 млрд. лв., като в сравнение с април 2018-а увеличението е с 9%. Независимо от почти нулевите лихви на банковите депозити, гражданите продължават да доверяват парите си на банките. Причините: сигурност (депозитите до 196 хил. лв. са гарантирани) и ликвидност (парите може да бъдат изтеглени - най-много с три дни предизвестие, ако сумата е голяма). Има много други форми на вложения, които носят по-висока доходност, но те не са достатъчно добре познати на широката хорга.

The investment activity of people is low. On the other hand, the amount of the deposits is growing, and at the end of April 2019, it exceeded BGN 52.7 billion. In comparison to April 2018, the increase is 9%. Regardless of the almost zero interest rates on bank deposits, citizens continue to trust banks with their money. The reasons are: security (deposits of up to BGN 196 thousand are ensured) and liquidity (money can be withdrawn – with a maximum of three-day notice if the amount is big). There are many other forms of investment that bring much higher profitability but most people do not know about them.



С Иван Иванов, директор на дирекция „Банкиране на гребно“ в Българо-американската кредитна банка, разговаряме за спестовността и инвестиционната активност*:

- Г-н Иванов, какво е спестовността?
 - Тя е начин на мислене. Хората са два типа – спестяващи или потребяващи. Когато имаме цели пред себе си и ни трябва по-голяма сума, започваме да заделяме част от месечните си доходи, за да може в един момент да постигнем това свое желание. Ако парите не достигат, може да се прибегне и до кредит.

- Вече 15 години сте в банкирането на гребно. Убедихте ли се в правотата на поговорката „Канка по канка вир, вир по вир язовир“?

- Занимавам се с кредити и депозити и виждам как едни клиенти предвидливо спестяват, а други, макар и с добри



With Ivan Ivanov, Director of Retail Banking Directorate at the Bulgarian-American Credit Bank, we talk about savings and investment activity*:

- Mr. Ivanov, what is saving?

- It's a way of thinking. There are two types of people – those who save and those who consume. When we have goals before us and we need a larger amount of money, we start putting aside some of our monthly earnings, so that at one point we can fulfil our desire. If the money is not enough, a credit can also be used.

- You have been involved in retail banking for 15 years now. Do you find the saying “Many a little makes a mickle” true?

- I deal with loans and deposits, and I see that some

- I deal with loans and deposits, and I see that some

доходи, не са заделили никакви средства. Спестовността е вътрешно усещане как да управляваш приходите и да планираш разходите.

- **„Бели пари за черни дни“ е друга популярна наша поговорка. Спестовността присъща ли е на българите?**

- Присъща е, и данните на БНБ го показват, макар лихвите сега да са ниски. Това показаха и резултатите от проучването, което проведохме наскоро. Хората спестяват дългосрочно - предимно за да си гарантират по-добър стандарт на живот след пенсиониране. Аз съм привърженик спестовността да е във вариант „Бели пари за бели дни“. Нека парите да се харчат за хубави поводи.

- **Вашето обяснение - защо спестяванията растат?**

- Част от хората обичат да имат финансов буфер за предвидени или непредвидени обстоятелства. Проучванията ни показват, че пари се спестяват за образование на дете, за покупка на жилище или за първоначална вноска за ипотека, за по-добри доходи при пенсиониране...

- **Какъв сигнал е за вас ръстът на депозитите?**

- Хората вярват на банковата система и търсят сигурност за парите си. Клиентите не правят депозити с цел инвестиция, а с цел защита от загуби.

- **Какво е характерно за инвестициите?**

- Те имат три компонента – доходност, гъвкавост и риск, и всяка инвестиция е комбинация от тях. По-високият риск обикновено носи и по-голяма доходност. Където няма риск, там е трудно да се очаква доходност.

- **В какво да инвестират хората?**

- Всичко зависи от размера на средствата, с които разполагат. Ако имат по-високи доходи, нека да диверсифицират инвестициите си и да вложат парите си в различни неща, при ясното съзнание какъв риск поемат. При по-малко средства, да се насочват към по-нискорискови инструменти. Бих ги посъветвал да изберат банков депозит. Депозитът е най-защитеното и най-ликвидното вложение. За мен не е разумно да сложиш всичките си пари във високорисков инструмент.

- **Имате ли доверие в Peer-to-Peer инвестициите?**

- Внимателно ги следя, но за мен това е алтернатива с твърде висок риск. Те предлагат различна доходност - тя варира от 6-7% и стига до 10-12%, което е свързано с риска. За да получите 10-12% възвръщаемост на инвестицията си, ползвателят на средствата ви трябва да е платил над нея. При положение, че банките кредитират при 4,5-5% лихва, това за мен означава, че кредитополучателите им са с по-високорисков профил. Ликвидността на парите в подобни платформи също не е толкова висока.

- **Растат и вложенията в криптовалута. На какво го отговаряте?**

- Темата е много обширна. Аз лично гледам на подобни вложения като на хазарт. Курсовете на криптовалутите имат твърде големи амплитуди. Може да спечелите или да загубите огромни суми само за един ден. Стойността на криптовалутите се определя от търсенето и предлагането, но тяхната основна цел е да бъдат средство за разплащане, а не за инвестиция.

- **Има ли начин хората да бъдат подтикнати да инвестират парите си, а не просто да ги държат на депозит в банките?**

- Убедени сме, че е хубаво парите да се вляят в реалната икономика, но хората трябва да видят алтернатива, която им дава желаната комбинация на риск, доходност и ликвидност. Банките също искат да кредитират, но са готови да подкрепят само добри проекти.

- **От какво зависи инвестиционната активност?**



clients can save prudently, while others, even with good income, have not put aside any money. Saving is an internal feeling about how to manage income and plan costs.

- “A penny for a rainy day” is another popular saying, even in Bulgaria. Is saving inherent in Bulgarians?

- It is inherent, and BNB data show it, even though the interest rates are now low. This was also shown by the results of the study we recently conducted. People save on a long-term basis – mostly to ensure a better standard of living after retirement. I am a supporter of saving money in the “A penny for a rainy day” option. Money should be spent on good occasions.

- Your explanation why savings are growing?

- Some people like to have a financial buffer for foreseen or unforeseen circumstances. Our studies show that money is saved for child education, home purchases, or initial mortgage payment for a better retirement income...

- What kind of signal is the growth of deposits in your opinion?

- People believe in the banking system and are looking for security for their money. Clients do not make deposits for investment purposes, but for protection against losses.

- What is typical for investments?

- They have three components – profitability, flexibility and risk, and each investment is a combination of all of them. The higher risk usually leads to higher profitability. Where there is no risk, it is hard to expect profitability.



- При криза хората отлагат плановете си за покупки, отлагат инвестициите си. Когато кризата отmine, те изчакват още година-две-три, за да се уверят, че икономиката тръгва нагоре. Големите играчи правят обратното – когато всички продават – те купуват, а когато всички купуват – те продават.

- Какво ще кажете на онези, които обичат спестовността?

- Приветствам ги, че са се погрижили да имат ликвиден буфер при промени в ситуацията. Тяжно е решението дали ще инвестират. А на хората, които потребяват, ще препоръчам да отделят средства, с които да посрещнат непредвидени обстоятелства. На мои клиенти, кандидатстващи за кредит, съм предлагал първо да опитат да живеят няколко месеца, като заделят на депозит вноската, която ще трябва да плащат. Така ще са наясно биха ли могли да се справят с остатъка от доходите си, а и ще имат малко събрани средства.

- Как насърчавате бизнеса да инвестира?

- С иновативни продукти, атрактивни гаранционни схеми, с добри условия за фирми, които имат амбиции, но и потенциал.

- В какъв период се намираме по отношение на инвестициите?

- Хората вече са натрупали средства. Доста бързо икономиката е с позитивен тренд. Сега сме в етап на инвестиране и потребление, но като цяло хората са по-предпазливи. Всички участници в процеса са научили уроците от необмислените инвестиции, на които бяхме свидетели до 2009 г. (1)

* **Материалът не е препоръка за инвестиционно решение.**

- What should people invest in?

- It all depends on the amount of funds they have. If they have higher income, they should diversify their investments and invest their money in different things, with clear understanding of the risk they are taking. With less money, focus on lower-risk instruments. I would advise them to choose a bank deposit. The deposit is the most secure and the most liquid investment. I don't think it is wise to put all your money in a high-risk instrument.

- Do you trust Peer-to-Peer investments?

- I observe them carefully, but for me this is an alternative with a very high risk. They offer different profitability – ranging from 6-7% to 10-12%, which is risk-related. To get 10-12% return on your investment, the user of your funds must have paid more than that. Given that banks are lending at 4.5-5% interest, this means for me that their borrowers have a higher risk profile. The liquidity of money in such platforms is also not so high.

- The investments in cryptocurrencies are also growing. What is the reason in your opinion?

- This topic is very extensive. I personally look at such investments as gambling. The courses of cryptocurrencies have very large amplitudes. You can win or lose huge amounts in just one day. The value of currencies is determined by supply and demand, but their primary purpose is to be a means of payment rather than investment.

- Is there a way for people to be prompted to invest their money rather than just keep it in bank deposits?

- We are convinced that it is good for money to flow into the real economy, but people need to see an alternative that gives them the desired combination of risk, profitability and liquidity. Banks are also willing to lend, but they are interested in funding only good projects.

- What does investment activity depend on?

- In a crisis, people postpone their plans for purchases, they postpone their investments. When the crisis ends, they wait for another year or two to make sure that the economy goes up. Big players do the opposite – when everyone sells – they buy, and when everyone buys – they sell.

- What would you say about those who love to save?

- I congratulate them for taking care of a liquidity buffer when the situation changes. It is their decision whether to invest. And to people who consume, I will recommend to allocate funds to meet unforeseen circumstances. To my clients applying for a loan, I suggested first trying to live a few months by putting away the deposit they would have to pay. In this way, they would know if they will be able to live with the rest of their income, and they will have a small amount of saved money.

- How do you encourage businesses to invest?

- With innovative products, attractive guarantee schemes, with good conditions for companies that have ambitions but also potential.

- In what kind of a period do we find ourselves in terms of investment?

- People have already accumulated money. For quite some time, the economy has been in a positive trend. We are now at a stage of investment and consumption, but people are generally more cautious. All participants in the process have learned their lesson from the irrational investments we have witnessed until 2009. (2)

***The material is not a recommendation for an investment decision.**

Внимание! Търговска тайна

**Attention!
Trade secret**

В нагпреварата за надмощие и по-голям пазарен дял не всички средства са позволени

In the race for supremacy and bigger market share, not all means are allowed

Яна Колева  Yana Koleva

Новите технологии, иновациите и откритията са ключ към конкурентоспособността. С цел опазване на непатентованите търговски тайни от неправомерно използване, Европейският съюз създаде специална правна рамка. През март 2019 Народното събрание прие Закон за защита на търговската тайна, който вече е в сила. Адвокатско дружество „Попов, Арнаудов и партньори“ разясни новите разпоредби за защита на чувствителната информация на предприятията.

По-ефективна защита

Търговската тайна съвсем не е ново понятие за българското законодателство. Новият закон обаче цели да осигури допълнителна, по-бърза и по-ефективна защита на търговската тайна, която може да е свързана и с определени обекти на интелектуален труд - произ-

New technologies, innovation and developments are the key to competitiveness. In order to protect unpatented business secrets from misuse, the European Union has created a specific legal framework. In March 2019, the National Assembly passed a Law on the Protection of Trade Secrets, which is already in force. "Popov, Arnaudov & Partners" law firm explains the new provisions for protecting sensitive business information.

More Effective Protection

Trade secret is not a new concept in Bulgarian legislation at all. However, the new law seeks to provide additional, faster and more effective protection of trade secrets, which may also be related to certain intellectual property subjects - production know-how or future patent development. If, in any way, it becomes apparent that a trade secret violation would

водствено ноу-хау или разработки за бъдещи патенти. Ако по някакъв начин стане очевидно, че ще бъде извършено нарушение, свързано с търговската тайна, може да се поискат обезпечителни мерки, които например биха позволили определени стоки да бъдат запорирани. Предвидено е как да става опазването на търговската тайна и по време на самото дело, като се предвижда справедлив процес и за двете страни, казва адвокат Христо Копаранов, ръководител на практиката по конкурентно и потребителско право в кантората.

Конкуренция

Търговска тайна може да е всяка производствена или технологична информация, която отговаря на няколко критерия: Да не е публично известна, да има търговска стойност поради факта, че някой друг не знае как да прави нещо, и точно това да дава конкурентно предимство. За да е тайна, трябва да са предприети конкретни мерки за опазване на тази информация. В реалната бизнес надпревара две компании по едно и също време може да разработват продукт, за който се знае, че пазарът има голяма нужда от него. Ако едната от тях разбере кога и на каква цена конкурентът стартира продажбите, е възможно да предприеме изпреварващи действия. Няколко дни по-рано компанията може да пусне продукта, който дори да е по-лош и на по-висока цена, но тъй като е първа по време, да завоюва по-голям пазарен дял благодарение на конфиденциалната информация. Затова и пазарната стратегия също може да е обект на търговска тайна.

Територия

Не са ли предприети мерки за опазване на тайната, тя няма да може да се ползва от защитите, които законът дава. Правото е за бъдещите, а не за спящите, напомня адв. Христо Копаранов. Затова според него е важно да се знае коя информация е от търговски интерес и какво бихме спечелили, ако само ние имаме този законен монопол върху нея. Основната му препоръка е да

be committed, precautionary measures might be required, which would allow, for example, certain goods to be seized. It is envisioned how to protect the trade secret during the lawsuit itself by ensuring a fair trial for both sides, says lawyer Hristo Koparanov, Head of Competition and Consumer law practice in the law firm.

Competition

A trade secret may be any production or technology information that meets several criteria: Not to be publicly known, to have commercial value due to the fact that someone else does not know how to do something, and precisely that to give it competitive advantage. To be a secret, specific measures must be taken to protect this information. In the real business race, two companies can work at the same time on developing a product which is known to be in great demand on the market. If one of the companies knows when and at what price the competitor starts the sales, it is possible for it to take preliminary measures to overtake the competition. A few days earlier, the company can release the product, which could be even worse or at a higher price, but being the first, it could gain a larger market share, thanks to the confidential information. Therefore, the marketing strategy might also be a subject of trade secret.

Territory

If no measures are taken to protect the secret, it will not be able to benefit from the protection that the law provides. Law is for the ones who are alert, not for those who are sleeping, reminds lawyer Hristo Koparanov. Therefore, according to him, it is important to know what information is of commercial interest and what we would gain if only we have this legal monopoly on it. His main recommendation is to analyse what know-how to protect and how to do it in the most reliable way. Among the legal measures are the clauses restricting the use of trade secrets, as well as the non-disclosure clause. It is unacceptable for a company to claim that all of its information is a trade secret. One of the major advantages of the non-disclosure and non-use clauses is that they may provision for damages and compensation for any harm suffered due to unauthorized handling of the secret. However, it is extremely difficult to specify the amount of the damage, because no one can certainly foresee the precise market developments in case the secret has been preserved. Non-disclosure clauses are considered to be related to non-compete clauses but are quite different. A clause that an employee will never ever operate in a business, competitive to his former employer, is invalid, even if it is included in the contract. Such a ban may apply to certain products for a certain time and for a particular territory. If the employee leaves, he can compete with his former employer, but without using any know-how. Otherwise, one could be sanctioned.

Information Security

There are many practical measures that need to be taken to protect trade secrets. In the digital era, a business should not neglect information security and information systems management, advises Alexander Stamenov, CEO of CLICO Bulgaria. He warns that serious consideration should be given to where and how we store our trade secrets and what we do to protect them.



се направи анализ кое ноу-хау да се защити и как това да стане по най-надежден начин. Сред правните мерки са клаузите за ограничаване използването на търговската тайна, както и клаузата за неразкриване на информация. Недопустимо е някоя фирма да твърди, че цялата ѝ информация е търговска тайна. Едно от големите предимства на клаузите за неразкриване и неизползване на информация е, че в тях може да се предвиждат неустойки и да се получи обезщетение за всички вреди, претърпени от неправомерно боравене с тайната. Изключително трудно е обаче да се посочи размерът на вредите, тъй като никой не може със сигурност да предвиди какво точно би било пазарното развитие, ако тайната беше опазена. Клаузите за неразкриване на информация се приемат като свързани с клаузите за неконкуриране, но са доста различни. Недействителна е клаузата, дори да е включена в договора, че работник или служител никога повече няма да извършва дейност, конкурентна на своя бивш работодател. Подобна забрана може да важи за определени продукти, за определено време и за определена територия. Ако служителят напусне, той може да се конкурира с бившия си работодател, но без да използва определено ноу-хау. Иначе може да бъде санкциониран.

Информационната сигурност

Има множество практически мерки, които трябва да се предприемат за опазване на търговската тайна. В дигиталната ера бизнесът не бива да пренебрегва информационната сигурност и управлението на информационните системи, съветва Александър Стаменов, управител на CLICO България. Той обръща внимание, че трябва да се обърне сериозно внимание къде и как съхраняваме търговските си тайни и какво точно правим, за да ги опазим. Важен въпрос е по какъв начин осигуряваме достъпа си до тях. Когато се изпращат конфиденциални данни, те трябва да бъдат криптирани и защитени с парола. Служителите са неразривна част от мерките за опазване на търговската тайна и те трябва да бъдат обучени.

Хлъзгав път

Когато се създава индустриално ноу-хау за някого, правата са на този, който си го е платил. Ако работник или служител е направил ценна за компанията разработка, но е получавал възнаграждение за това, той не е собственик на въпросното ноу-хау. Ако такъв служител напусне, той трябва да бъде внимателен, макар често да е трудно да се докаже, че ползва именно ноу-хау на бившия си работодател, препоръчва адв. Копаранов. Има опасения, че някои възможности, които новият закон дава, биха могли да се използват недобросъвестно – например обезпечителните мерки. Може да се твърди,



An important question is how we provide access to them. When sending confidential data, it must be encrypted and password protected. Employees are an inseparable part of the measures for trade secret protection and they must be trained accordingly.

Slippery Slope

When an industry know-how is created for someone, the rights go to the one who paid for it. If an employee has created a valuable development for the company, but has been remunerated for doing so, he is not the owner of the know-how in question. If such an employee leaves, he must be careful, although it is often difficult to prove that he is using precisely his former employer's know-how, lawyer Koparanov recommends. There are concerns



SECRETS

че някои използват недобросъвестно търговската тайна, за да се блокира неговата дейност. После потърпевшият би могъл да получи обезщетение за това, но то едва ли ще покрие щетите и пропуснатите ползи, които той ще е понесъл. Другите опасения са, че законът може да послужи и за ограничаване свободата на медиите да правят журналистически разследвания, че той няма да възпрепятства добре познатите практики информацията за ключови сделки от обществен интерес да се представя за търговска тайна и съществени моменти в договорите да не се разкриват.

Създаден с добри намерения, законът може да бъде използван и за негодна чисти цели. Хлъзгав е пътят на търговските тайни. (1)

that some of the opportunities that the new law creates could be used in bad faith - for example, precautionary measures. It can be argued that someone is using the trade secret in bad faith to block his business. Then the victim could get compensation for it, but it would hardly cover the damages and missed benefits that he would have sustained. Other concerns are that the law can also serve to limit media freedom to conduct journalistic investigations, that it will not prevent the well-known practices of classifying information on key public interest transactions as a trade secret and key elements of contracts not being disclosed.

Created with good intentions, the law can also be used for less-than-pure purposes. The road of trade secrets is a slippery slope. (2)



Красимир Сираков © Krasimir Sirakov

Да се научим на прецизност от „АУРУБИС БЪЛГАРИЯ“

В Аналитичните лаборатории и Центъра за развойна дейност се срещаме с професионалисти, вдъхновени от работата, която обичат

At the Analytical Laboratories and the Development Centre, we meet professionals inspired by the work they love

Let's Learn from the Precision of Aurubis Bulgaria

Ако пътувате по Подбалкански път, между Златица и Пирдоп ще видите най-високия комин в България. Той отдавна не пуши, но се е превърнал в запазен знак на региона. Тук е водещият производител на мед в Югоизточна Европа, част от международната група „Аурубис“. Заводът започва работа преди 60 години като МДК „Георги Дамянов“ и в наши дни вече е втората по големина компания в България със структуроопределяща роля за икономиката на страната. Преприятието се състои от четири завода - металургия, рафинерия, производство на сярна киселина и обогатителен комплекс.

„Аурубис България“ отваря врати, за да видим как работят Аналитичните лаборатории и Центърът за развойна дейност.

Науката среща индустрията

Тук се преработва меден концентрат от цял свят. В лабораториите на компанията се анализира съставът на суровините и на база на резултатите се прави подходящият „коктейл“, който поема по производствената верига. От точността на изследванията зависят ефективността и качеството. Катодната мед, произвеждана тук, е известна на международните пазари с бранд „Пирдоп“ и е сертифицирана на Лондонската метална борса. Компромиси с високия стандарт не се допускат. В лабораториите се правят анализи и за завода на „Аурубис“ в Люнен, Германия - най-големия преработвател на меден скрап в света. Аналитичният център е оборудван с модерна апаратура, прилагат се и редица иновативни методи, които гарантират необходимата прецизност. Тук например се използва спектрограф, с какъвто астрономите правят анализи на спектрите на звездите, за да определят химичния им състав.

Сърцето на лабораторията

Албена Дуралиева е ръководител на Аналитичните лаборатории. След гимназията в родния ѝ Пирдоп продължава семейната традиция - завършва специалността Металургия на цветните метали в ХТМУ и през 1991 г. постъпва на работа в завода. Родителите ѝ дошли по разпределение в МДК и останали в него до пенсионирането си. Албена намира своята хармония в баланса между лабораторните анализи, семейните ангажименти, страстта си по рисуването и препрочитането на Вонегът и Робърт Бърнс. Цветана Павлова е ръководител „Търговски анализи“. За нея работата в лабораториите също е професионална любов. Двете ни въвеждат в тайнствата на всичко, което тук се прави.

Точност на анализа

В лабораториите на „Аурубис България“ се извършват изключително прецизни анализи. Инвестира се в оборудване, използват се както класически методи, така и инструментални анализи с последно поколение апаратура. Методите са в широкия диапазон от стапяне на материали в дже

If you travel along the Sub-Balkan Road, between Zlatitsa and Pirdop, you will see the highest chimney in Bulgaria. It has long stopped smoking, but has turned into the symbol of the region. Here is located the leading producer of copper in Southeast Europe, part of the international group Aurubis. The plant started working 60 years ago as MDK Georgi Damyanov and is now the second largest company in Bulgaria, which shapes the structure of the country's economy. The plant consists of four factories - metallurgy, refinery, sulphuric acid production and enrichment complex.

Aurubis Bulgaria opens its doors for us to see how the Analytical Laboratories and the Centre for Research and Development work.

Science Meets Industry

Here, copper concentrate from all over the world is processed. The content of the raw materials is analysed in the company's laboratories, and based on the results, the appropriate "cocktail" is prepared, which continues its way to the production line. The efficiency and quality depend on the accuracy of the research. The copper cathodes produced here are known on international markets with the Pirdop brand and are certified at the London Metal



Рагина Димитрова / Radina Dimitrova

компактни лабораторни пещи до измервания, за които е нужна прецизност в десетохилядни от процента – това е като да определиш точната дебелина на карфица от разстояние половин километър. „Ние сме своеобразни „сензори“ на производството“, уточнява Албена Дуралиева. В лабораториите работят общо 48 души, но и този сплотен екип трудно намира квалифицирани специалисти за разрастването си. Затова обучението са постоянна практика. Илия и Цанко са две от най-младите попълнения, които помагат в пробирния анализ. Новопостъпила е и Неди Николова. Тя също е от региона и мечтата ѝ била да работи за „Аурубис“ – заради добрата професионална реализация, която компанията предлага.

Exchange. Compromises with the high standard are not allowed. The laboratories also make analyses for the Aurubis plant in Lünen, Germany – the world's largest copper scrap processor. The Analytical Centre is equipped with modern technology, and a number of innovative methods are applied to ensure the required precision. Here, for example, is found a spectrograph used by astronomers to analyse the spectra of the stars in order to determine their chemical composition.

The Heart of the Laboratory

Albena Duralieva is the Head of the Analytical Laboratories. After graduating from the high-school in Pirdop, she continued the family tradition – she graduated in the speciality Metallurgy of Non-ferrous Metals from the University of Mining and Metallurgy, and in 1991, she joined the factory. Her parents were assigned in MDK and stayed there until their retirement. Albena finds harmony in the balance between laboratory analyses, family commitments, her passion for painting and re-reading of Vonnegut and Robert Burns. Tsvetana Pavlova is the Head of Commercial Analyses. For her, working in the labs is also a professional love. The two lead us into the mysteries of everything that is being done here.

В лабораториите на „Аурубис България“ се извършват изключително прецизни анализи, уверява Албена Дуралиева

Extremely precise analyses are carried out in the laboratories of Aurubis Bulgaria, Albena Duralieva assures



Accuracy of the Analysis

Extremely precise analyses are made in the laboratories of Aurubis Bulgaria. The company invests in technology, using both classical methods and instrumental analyses with the latest generation of equipment. The methods are in the wide range of melting of materials in two compact laboratory furnaces to measurements for which the precision required is in ten-thousandths of a percent – as if determining the exact thickness of a pin from a distance of half a kilometre. “We are kind of “sensors” of production,” Albena Duralieva says. There are a total of 48 people working in the laboratories, but even for such a close-knit team, it is difficult to find qualified professionals in order to grow. Training is, therefore, a constant practice. Iliia and Tsanko are two of the youngest

recruits who help in the probe analysis. Nedi Nikolova is also a newcomer. She comes from the region and her dream was to work for Aurubis – because of the good professional realization the company offers.

Looking Ahead

All intermediate processes related to the operation of the enterprise are also monitored here. The laboratories have accreditation for analyses of underground and surface water, emissions from stationary sources and air. Aurubis invests a lot of resources and efforts not only to protect the environment but also to find a way to cope with the so-called historic past-related pollutions. Today, high ecological standards guarantee clean nature in the Sredna Gora Mountains. The region has a potential for tourism development. The company also supports the development

С поглед напред

Тук се следят и всички междинни процеси, свързани с работата на предприятието. Лабораториите имат акредитация за анализи на подземни и повърхностни води, емисии от стационарни източници и атмосферен въздух. „Аурубис“ влага много средства и усилия не само за опазване на околната среда, но и намира начин да се справи с така наречените исторически замърсявания, свързани с миналото. Днес високите екологични стандарти гарантират чистата природа в Средногорието. Регионът има потенциал за развитие на туризма. Компанията подпомага и развитието на образованието и културата чрез партньорските си програми с общините. „Когато някой работи на едно определено място, той трябва да вижда ху-



Работим по иновативни проекти и най-голямото ни удоволствие е да ги видим осъществени, казва г-р Милен Кадииски

We work on innovative projects and our greatest pleasure is to see them realized, Dr. Milen Kadiiski says

бавите неща и възможностите около себе си и да съдейства този потенциал да се развие“, споделя Албена Дуралиева.

Изследвания и развитие

Важна брънка от целия производствен процес е отгел „Изследвания и развитие“. Това е центърът за развойна дейност на „Аурубис“, където се раждат и развиват идеите за нови процеси и технологии, които намират пряко приложение в производството. Радина Димитрова работи в R&D отгела. Тя също е от района. Учела е химия в Софийския университет, идва като стажант в компанията, перспективата за професионална реализация ѝ харесва и решава да остане. В „Изследване и развитие“ работят 11 души. Всички са висококвалифицирани млади хора с добро образование, повечето от които са доктори на науките. Те имат професионално любопитство, а освен това за тях работата е и хоби. „Тук няма текучество, предизвикателството за всички нас е ангажираността ни с иновативни проекти и най-голямото ни удоволствие е да ги видим осъществени на практика“, казва г-р Милен Кадииски, ръководител на сектор в центъра за развойна дейност. В R&D отгела се правят открития и разработки, защитени чрез търговска тайна и патенти.

„Не бих заменил/а тази работа с друга“ е реплика, която чуваме от всички, с които се срещаме в лабораторния комплекс и в отгел „Изследване и развитие“. Тук те се чувстват високоценени професионалисти. Голяма част от тях са местни хора с интерес към науката и металургията, които са се върнали по родните си места след университетите, реализират се и тук израстват като специалисти. (1)

of education and culture through its partnership programs with municipalities. “When someone works at a certain place, they have to see the good things and the opportunities around them and to assist for this opportunity to develop,” Albena Duralieva says.


Research and Development

An important part of the whole production process is the Research & Development department. This is the development centre of Aurubis where the ideas for new processes and technologies are born and developed, and they are directly applied in production. Radina Dimitrova works in the R&D department. She is also from the region. She studied Chemistry at Sofia University, had her traineeship in the company, like the prospect of professional realization and decided to stay. The R&D has 11 employees. All of them are highly qualified young people with good education; most of them are doctors of sciences. They have a professional curiosity and for them their work is also a hobby. “There is no turnover here, the challenge for all of us is our commitment to innovative projects and we are most pleased to see them implemented in practice,” says Dr. Milen Kadiiski, Head of Sector at the Development Centre. The R&D department makes discoveries and developments protected by trade secrets and patents.

“I would not change this work for any other” is the sentence we hear from everyone we meet in the laboratory complex and in the R&D department. Here, they feel like highly valued professionals. Many of them are local people with an interest in science and metallurgy, who have returned to their native places after their university studies, and here they realize their potential and develop as specialists. (1)

Има ли светлина в ТУНЕЛА

*Is there light at the
end of the tunnel*



Тунелното строителство в България изцяло зависи от държавата и нейните нагласи как да се изгражда транспортната инфраструктура

Татяна Явашева  Tatyana Yavasheva

Евро Алианс“ е единствената голяма компания в България за тунелно строителство. За 30 години тя е изградила 150 км тунели, 95% от които са в чужбина. Компанията води началото си от 1990 г., като обратно на очакванията тя се развива и утвърждава първо в Германия и Западна Европа и после се появява на нашия пазар. Днес „Евро Алианс“ работи в Австрия, Германия, Испания, Финландия, Гърция, Сърбия, също и в България. Намерила е добра ниша, но бизнесът не е никак лесен, защото тунелното строителство е доста неприветливо като условия на труд, то не може да разчита на постоянни ангажименти и на регулярно финансиране. В България цените са ниски, което е определящо за качеството.

***Tunnel construction
in Bulgaria is entirely
dependent on the state and
its vision on how to build
the transport infrastructure***

Euro Alliance“ is the only big company for tunnel construction in Bulgaria. For 30 years, it has built 150 km of tunnels, 95% of which are overseas. The company dates back to 1990 and, contrary to expectations, it has developed and consolidated first in Germany and Western Europe and then appeared on our market. Today Euro Alliance operates in Austria, Germany, Spain, Finland, Greece, Serbia, and also in Bulgaria. It has found a good niche, but this business is not easy at all, because tunnel construction is quite unattractive in terms of working conditions and it cannot rely on permanent commitments and regular funding. In Bulgaria, prices are low, which also determines the quality.

Инж. арх. Валентин Трашлиев коментира развитието на тунелното строителство и строителния бизнес:

Година наред опитвам да извлека една гума, с която да опиша случващото се в България. И намерих гумата безхаберие. Ние стигаме донякъде и зарязваме започнатото, като всички рамкирани постулати биват забравени.

За съжаление ние, българите, нямаме нито едно забележително постижение в строителството, на което цял свят да се възхищава. Имаме няколко обекта, сред които мостът над река Янтра край Бяла, църквата „Света Троица“ в Свищов, както и още няколко сгради, правени от Колю Фичето, който е самоук майстор. В ново време постигнахме известен напрегък в научната теория, но е под всякаква критика изпълнението във всички негови аспекти, от които зависи крайният резултат – от подготовката и отговорността на изпълнителя, контрола върху построеното от него, качеството на използваните материали. Виждаме какви са последствията, когато към всичко се прибави и порочният начин, по който стават процедурите по възлагането. След 1989 г. си отворихме очите и видяхме, че всичко е полу и е пред полуразруха, но и сега в България нещата се правят по добре познатия метод „полу“.

Началото

През 1989 г. попаднах съвсем случайно на един симпозиум, който разглеждаше метростроителството и дилемата дали да продължи изграждането на метрото в София. Тогава работех в Министерството на регионалното развитие и благоустройството. Завършил съм в Германия и мой състудент ми се обади, че идва за този форум и желае да се видим. Темата много ме заинтригува, тъй като по време на следването си съм учил и тунелно строителство и геология. Така открих една ниша в България. Влязох в контакт с фирми в Германия и Австрия и се запознах с нивото на тунелното строителство към онзи момент. Тук имаше няколко строителни мастодонта, сред които „Хидрострой“ и „Метрострой“. От тях взех 100-ина души, които заведох на обучение в Мюнхен. Те бяха шокирани как се работи в Германия, нямаха умения в използването на модерна техника, а им липсваха и трудови навици. От всички тях само няколко съумяха да се адаптират към високите изисквания. Работата е тежка и отговорна, трябва да се спазват правилата, опасно е, работи се на тъмно. В продължение на 4-5 години успяхме да създадем екип, способен да работи перфектно.

БГ стандарти

Често чуваме българи да казват, че работят толкова, за колкото им плащат. Всъщност им плащат толкова, колкото работят, а не обратно. Голямата страна на въпроса обаче е начинът, по който функционира този отрасъл. Тунелното строителство 99% става с обществен ресурс. Този вид работа в България е изцяло зависим от гържавата и нейните нагласи да изгражда и да плаща за строителството на тунели. Човешкият ресурс обаче не може да стои, без да бъде поддържан. Затова е важно и гържавата добре да планира какви обекти да се правят, за да може ресурсите да се ползват без прекъсване. В Германия материалите са малко по-скъпи, отколкото тук, но в България правим тунел, който на линеен метър е 4-5 пъти по-евтин, отколкото на Запад. Там материалите не се заменят с по-



Eng. Valentin Trashliev comments on the development of tunnel construction and construction business:

For years I have been trying to find one word to describe what's been happening in Bulgaria. And I found the word incongruity. We carry things out to a certain point and then we leave it, with all well-known sayings being forgotten.

Unfortunately, we, the Bulgarians, have no remarkable achievement in the construction, which the whole world can admire. We have several sites, including the bridge over Yantra River near Byala, the Holy Trinity Church in Svishtov, and several other buildings made by Kolyu Ficheto, a self-taught master. In recent times, we have made some progress in scientific theory, but it is criticized in all aspects of its implementation, on which the ultimate result depends – on the contractor's preparation and responsibility, on the control over the construction, on the quality of the materials used. When we add to the whole picture the iniquitous way in which the commissioning procedures take place, we see the consequences. After 1989, we opened our eyes and we saw that everything was done half-way and it was half-destroyed, but in Bulgaria things are still done in the familiar "half-way" method.

The Beginning

In 1989, I came across a symposium, discussing the metro construction and the dilemma whether to continue the metro construction in Sofia. Then I worked at the Ministry of Regional Development and Public Works. I have graduated in Germany and one of my fellow students told me that he was coming to that forum and wanted to meet. The topic seemed very interesting to me, because I have also studied tunnel construction and geology during my studies. And that is how I found a niche in Bulgaria. I got in contact with companies in Germany and Austria and I got familiar with the level of tunnel construction at that time. Here, there were several construction giants, including Hydrostroy and Metrostroy. I took around 100 of their employees to a training in Munich. They were shocked at how people

евтини и няма компромиси с качеството. Навсякъде преговарително се правят геоложки проучвания, и въпреки това често има изненади, които оскъпяват, но това се заплаща. Използваме най-съвременни машини, материали и технологии. Новостите в тунелите се появяват като в геометрична прогресия. И преди, и сега нашите строителни работници получават високи доходи. Запазването на качествената работна ръка обаче е трудно.

Очаквания

В България, доколкото през медиите научавам, се очаква изграждането на близо 90 км тунели и то до 2023 г. Не е ясно осигурено ли е финансирането, какви точно са сроковете, защото възможностите за изпълнение не са неограничени. С целта си ресурс можем да изграждаме максимум по 400-500 м на месец – и то при перфектна организация и осигурено финансиране. Това означава максимум около 4-5 км годишно. Не можем рязко да увеличим потенциала си, тъй като строителството е сложно. Но нека си гадем сметка, че за подобно мащабно строителство ще трябва да имаме много ресурси. Кой ще ни ги произведе от днес за утре? Те не ни чакат на склад. Ще са нужни госта хора и машини. Да не забравяме също, че освен в България, тунели се строят и в другите страни на Балканите, където също няма потенциал. Ето защо всичко трябва добре да се планира и аз силно се надявам тези проекти да тръгнат. Надявах се и цените тук да бъдат коригирани в името на високото качество и на по-доброто заплащане на труда, което да задържа хората тук.



На нови релси

Географското ни положение е такова, че не може да сме все последни – рано или късно ще бъдем принудени да оправим инфраструктурата в страната. Неприемливо е до Калотина да има например скоростни влакове, а отсам границата влаковете постоянно да аварират и да се палят. Колега казваше, че сме на пътя Лондон-Вакарел-Бомбай, като на Вакарел, едва ли не, се снима филм на ужасите. Тази ситуация трябва да се промени. Компетентни хора трябва да сложат нещата на „нови релси“, защото и в момента ние не просто бягаме по различни писти с развития свят, а играем на различни стадиони. Нека реално да си гадем сметка къде сме ние. България все още има потенциал, но моделът на организация на цялото ни общество е сбъркан. (1)

worked in Germany, they had no skills in using modern equipment, and lacked work habits. Only a few of the employees managed to succeed in adapting to the high requirements. The job is difficult and requires a high level of responsibility, rules must be observed, it is dangerous, working is done in the dark. In 4-5 years, we have managed to create a team that is capable of working perfectly.

BG Standards

We often hear Bulgarians say that they work for as much as they are being paid. In fact, they pay them as much as they work, not vice versa. The big question, however, is how this sector works. 99% of the tunnel construction is done using public resources. This type of work in Bulgaria is entirely dependent on the state and its attitudes towards building and paying for the construction of tunnels. However, human resources cannot survive without being sustained. Therefore, it is important for the state to plan well what projects to take on, so that the resources can be used without interruption. In Germany, materials are a bit more expensive than here, but in Bulgaria we make a tunnel that is 4-5 times cheaper than in the West. There the materials are not replaced by cheaper alternatives and there is no compromise on quality. Everywhere geological surveys are done in advance, and yet there are often surprises that cost more, but are being paid. We use state-of-the-art machines, materials and technologies. Novelties in tunnels appear as if in geometric progression. Now, same as before, our construction workers receive a high income. However, keeping the quality labour force is difficult.

Expectations

In Bulgaria, as far as I am informed by the media, it is expected that nearly 90 km of tunnels will be constructed by 2023. It's not clear whether the funding has been secured, what are the deadlines, because the possibilities for implementation are not unlimited. By using all our resources, we can build a maximum of 400-500 meters per month - with a perfect organization and secured financing. This means a maximum of about 4-5 km per year. We cannot suddenly increase our potential as this construction is complicated. But let's face it that such large-scale construction will also require a lot of resources. Who will produce them from one day to the next? They are not waiting for us in stock. It will take a lot of people and machines. Let's not forget that, apart from Bulgaria, tunnels are being built in other countries on the Balkans where there is no potential as well. That is why everything needs to be well planned and I really hope that these projects will commence. I am also hoping that the prices here would be adjusted in the name of high quality and better pay which would keep the workers here.

On New Tracks

Our geographic position is such that we cannot always remain the last ones - sooner or later we will be forced to fix the infrastructure in the country. It is unacceptable, for example, to have high-speed trains going to Kalotina, and on the other side of the border, for the trains to constantly break down and catch fire. A colleague was saying that we were on the London-Vakarel-Bombay way, and at Vakarel, a horror movie could be shot. That needs to change. Competent people need to put things on "new tracks" because we are not just running on different tracks from the developed world at the moment, but playing at different stadiums. Let's realize where we really stand. Bulgaria still has potential, but the model of organization of our whole society is wrong. (2)

Инж. арх. Валентин Трашлиев е мажоритарен акционер и главен изпълнителен директор на групествата от групата „Евро Алианс Инженеринг“. Завършил е строително инженерство и архитектура в Техническия университет в Дрезден, Германия.

Eng. Valentin Trashliev is a majority shareholder and CEO of Euro Alliance Engineering Group. He graduated in Civil Engineering and Architecture from the Technical University of Dresden, Germany.

Започна ли кризата в автомобилната индустрия

Търсенето на нови коли намалява в целия свят, а основната причина е, че станаха прекалено скъпи

The demand for new cars is declining worldwide, and the main reason is that they have become too expensive

Has the Crisis in the Automotive Industry Started?



Финансовите анализатори обобщиха продажбите на нови автомобили за 2018 г. и първата половина на 2019 г. Освен това прогнозираха как ще се развива автомобилният пазар в близко бъдеще. Според тях глобалното търсене на нови коли непрекъснато намалява, а причините за това са много. Една от основните е, че новите стандарти за опазване на околната среда и безопасност правят автомобилите много скъпи и потребителите не могат и не искат да ги купуват.

2019 година показва рязък спад в търсенето на нови автомобили. Според експертите в следващите години индустрията ще преживее напълно тази криза. Много производители ще се възстановят и ще се слезат в огромни концерни. Някои от тях обаче може и да не оцелеят.

Какво показват цифрите

- През 2018 г. са прогадени около 86 милиона нови автомобили, от които малко по-малко от 30 милиона са



Financial analysts have summarized new car sales for 2018 and the first half of 2019. They have also predicted how the car market will develop in the near future. According to them, the global demand for new cars is constantly declining, and there are multiple reasons for that. One of the main reasons is that the new environmental and safety standards make cars very expensive and consumers cannot and do not want to buy them.

The year 2019 shows a sharp decline in the demand for new cars. According to experts, in the coming years the industry will get over this crisis completely. Many manufacturers will recover and merge into huge concerns. However, some of them may not survive.

What Do Figures Show

- In 2018, about 86 million new vehicles were sold, of which just under 30 million were crossovers and all-terrain vehicles.

- Global car sales in 2018 remain at the level of 2017. Demand for passenger cars and commercial vehicles, however, has fallen by 2.8%. Good sales are observed in Brazil, Russia and South-East Asia. There has been a sharp decline in Europe, China, the US, Argentina and Turkey. In the first half of 2019, India's auto market collapsed completely.

- The leaders in new car sales in 2018 among the manufacturers are VW Group, Toyota and Renault-Nissan.

- In 2018, there is an increase in the purchase of electric cars – 74% (1.26 million) compared to the previous year.

The Situation with the New Cars

Analysts talk about a start of a crisis in the automotive industry and predict a serious decline in demand for new cars in 2019. The 2020-2021 period could be even worse, since Europe's strictest environmental standards will come into force. Manufacturers who cannot cover them risk fines of hundreds of millions of dollars. In order to avoid that, they will have to equip cars with expensive technologies, which will further increase their cost.

Experts forecast a decline of at least 3% and a maximum of 5% in the demand over the whole of 2019 compared to the previous year (in quantitative terms, these are huge numbers).

For this reason, car manufacturers reduced their personnel with 70,000 people last year and 38,000 more in the first six months of 2019.

The decline in new car sales has already led to a 0.2% reduction in world gross product.

Studies in 32 countries around the world show that today's young people, for the most part, do not see the point of owning an expensive car. Instead of spending a lot of money and drawing credits, they prefer to use taxis and various forms of shared travel.

What Are the Reasons for the Decline in Demand?

One of them is called by the experts the "used car tsunami." Due to the legal requirements for environmental and car safety, manufacturers are forced to equip cars with expensive technologies. This, of course, leads to an

кросоувъри и всъдеходи.

- Световните продажби на автомобили през 2018 г. остават на нивото от 2017 г. Търсенето на леки и лекотоварни автомобили обаче спада с 2.8%. Добри продажби се наблюдават в Бразилия, Русия и Югоизточна Азия. Рязък спад има в Европа, Китай, САЩ, Аржентина и Турция. През първата половина на 2019 г. автомобилният пазар на Индия се срива тотално.

- Лидерите по продажби на нови автомобили през 2018 г. сред производителите са VW Group, Toyota и Renault-Nissan.

- През 2018 г. се наблюдава ръст в покупката на електрически автомобили - 74% (1,26 милиона) спрямо преходната година.

Ситуацията с новите автомобили

Анализаторите говорят за начало на криза в автомобилната индустрия и прогнозираят сериозен спад в търсенето на нови коли през 2019 г. Периодът 2020-2021 г. пък може да бъде още по-лош, тъй като в Европа ще влязат в сила най-строгите досега екологични стандарти. Производителите, които не могат да ги покрият, рискуват глоби от стотици милиони долари. За да не се случи това, те ще трябва да оборудват автомобилите със скъпи технологии, които допълнително ще повишат цената им.

Експертите прогнозираят за цялата 2019 година спад с най-малко 3% и с най-много 5% на търсенето спрямо предишната година (в количествено изражение това са огромни цифри).

Поради тази причина през миналата година производителите на автомобили съкратиха 70 000 души, а за първите шест месеца на 2019 г. - още 38 000.

Спадът в продажбите на нови автомобили вече доведе до намаляване на световния брутен продукт с 0,2%.

Проучвания, проведени в 32 страни по света, показват, че съвременната младеж в по-голямата си част не вижда смисъл да притежава скъп автомобил. Вместо да харчат куп пари и да теглят кредити, те предпочитат да използват такси и различни форми на споделено пътуване.

Кои са причините за спада в търсенето

Едната от тях експертите наричат „цунамито от употребявани автомобили“. Поради законодателните изисквания за екологичност и безопасност на автомобилите, производителите са принудени да оборудват колите със скъпи технологии. Това, разбира се, води до покачване на крайната цена на продукта. За потребителите е трудно да купуват толкова скъпо превозно средство, следователно търсенето на нови автомобили намалява, а това на коли „втора ръка“ се увеличава.

В градовете, осъзнавайки разходите за поддръжка на автомобил (зареждане с гориво, паркиране, данъци, поддръжка и ремонт), жителите вече предпочитат да нямат личен транспорт, а да се возят на нечий друг. Компаниите, които предлагат споделени услуги, увеличават броя на потребителите си, като „отмъкват“ клиенти от автомобилните производители.

Има свръхпроизводство на автомобили, които си приличат по своите технически характеристики. Това се наблюдава особено ярко на пазара на лекотоварни камиони, кросоувъри и всъдеходи.

Търговските войни между основните производители

increase in the final price of the product. It is difficult for consumers to buy such an expensive vehicle, therefore, the demand for new cars is decreasing and that of second-hand cars is increasing.

In cities, realizing the cost of car maintenance (fuel, parking, taxes, maintenance and repairs), residents now prefer not to own a private vehicle but to use someone else's. Shared services companies are increasing their number of clients by "stealing away" clients from auto makers.

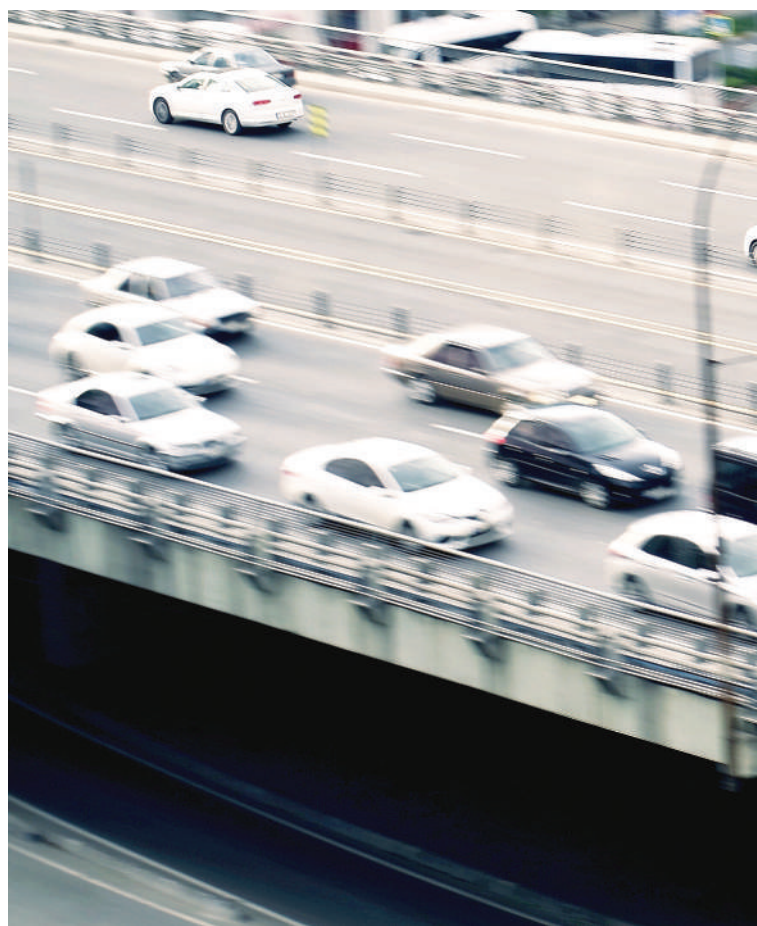
There is an over-production of cars that are similar in their technical characteristics. This is especially evident in the market for light trucks, crossovers and ATVs.

Trade wars between major car manufacturers are also a factor. These problems exist between the US and China/Mexico/Europe/Canada. Great Britain, on the other hand, is suffering from the effects of Brexit.

What Lies Ahead

"The crisis in the automotive industry is just beginning. The worse is about to come," says Masataka Kunugimoto, Head of the autos and auto parts research division at Nomura. Many others share his opinion. Dozens of banks and financial organizations have officially announced that in the near future, people will buy less and less personal transportation. Experts believe that diesel vehicles will soon become a niche product, since their exhaust emissions will not be able to meet legislative standards. Gasoline cars will be next because major countries, such as China, the United States, India, Mexico, Germany, the United Kingdom and others, are beginning to impose strict restrictions on them.

"Legislative requirements for clean exhaust emissions and fuel economy will further reduce the demand. In other countries, there will be different problems. Due to economic and political problems, global demand for new cars is expected to decline in 2019 in the countries of East Europe and India by about 4-5%. In the US, the reduction will be 3%," predicts John Murphy from the Bank of America. ↩



на автомобили също са фактор. Тези проблеми съществуват между САЩ и Китай/ Мексико/ Европа/ Канада. Великобритания пък страда от последствията от Brexit.

Какво предстои

„Кризата в автомобилната индустрия е едва в началото си. По-лошото предстои“, казва Масатаки Кунугимото, ръководител на отдела за изследване на автомобилите и авточастите в аналитаторската и инвестиционна компания Nomura. Много други споделят мнението му. Десетки банки и финансови организации официално обявиха, че в близко бъдеще хората ще купуват все по-малко и по-малко личен транспорт. Мнението на експертите е, че скоро дизеловите превозни средства ще се превърнат в нишов продукт, тъй като изхвърляните от тях вредни емисии няма да могат да отговорят на законодателните стандарти. Следващите ще бъдат бензиновите автомобили, защото големите страни като Китай, САЩ, Индия, Мексико, Германия, Великобритания и гр. започват да налагат и на тях строги ограничения.

„Законодателните изисквания за чисти емисии на отработените газове и икономия на горивото допълнително ще намалят търсенето. В други страни пък ще има различни по характер проблеми. Поради икономически и политически проблеми се очаква глобален спад на търсенето на нови автомобили през 2019 г. в страните от Източна Европа и в Индия с около с 4-5%. В САЩ намалението ще бъде 3%“, прогнозира Джон Мърфи от Bank of America. (1)





Рецепта за благогенствие по панагюрски

A Recipe for Prosperity from Panagyurishte

Татяна Явашева  Tatyana Yavasheva

И малките населени места имат голям шанс за развитие. Дори в XXI век в България. Панагюрище има своя рецепта за благогенствие и не я крие. Едно от предимствата на този китен град в Средногорие е, че тук се развива печеливша индустрия, която има... силна социална политика. Местните хора по природа са предприемчиви и мнозина имат някакъв свой бизнес. И общината, и предприемачите умеят максимално да се възползват от възможностите, които европейските програми дават. Тук продължават да се правят инвестиции, които разкриват нови работни места. Това създава поминък, което пък е фактор, възпиращ миграцията. Възможностите за добри доходи и по-висок стандарт на живот стават повод за работно място с адрес в Панагюрище. В най-общи линии това е формула-

Small settlements have a great potential for development, too. Even in the 21st century in Bulgaria. Panagyurishte has its own recipe for prosperity and does not hide it. One of the advantages of this beautiful town in the Srednogorie region is that a profitable industry is developing here that has... a strong social policy. Local people are entrepreneurial by nature and many have their own businesses. Both the municipality and the entrepreneurs are able to make the most of the opportunities offered by the European programs. Investments continue to be made here that create new jobs. This provides livelihood, which in turn is a factor that stops migration. The opportunities for a good income and the higher standard of living are a reason to get a job and



„Асарел-Медет“ има дългосрочна визия за развитие и на компанията, и на региона, уверява инж. Делчо Николов

Asarel-Medet has a long-term vision for the development of both the company and the region, assures Eng. Delcho Nikolov

та за просперитет на града. От голямо значение обаче е и фактът, че тук са израснали именити българи, които остават трайно свързани с родния край. Такава ярка личност е проф. Лъчезар Цоцорков, създал и изградил модела на успешния бизнес с грижа за хората.

Това лято „Асарел-Медет“ отвори врати за група журналисти и им даде възможност да се запознаят не само с организацията на работа в предприятието, но и с успешни предприемачи в града и региона.

Традиция и новаторство

„Панагюрище е община с традиции в рудодобива, в която също така се развива био- и конвенционално земеделие, туризъм, оптично

Откритият рудник ще осигурява поминък поне още четвърт век

The open mine will provide at least a quarter of a century of livelihood



Как минната компания „Асарел-Медет“ стана важен фактор за превръщането на общината в привлекателно място за живеене

How the Asarel-Medet mining company has become an important factor in making the municipality an attractive place for living

live in Panagyurishte. In general, this is the formula for the prosperity of the town. Of great importance, however, is the fact that prominent Bulgarians have grown up here and remain permanently connected to their native land. Such a bright person is Prof. Lachezar Tsotsorkov, who created and built the model of a successful business with care for people.

This summer, Asarel-Medet opened its doors for a group of journalists and gave them an opportunity to get acquainted not only with the organization of the work in the enterprise, but also with successful entrepreneurs from the town and the region.

Tradition and Innovation

“Panagyurishte is a municipality with traditions in ore mining, which also develops bio and conventional agriculture, tourism, optical production. Since the privatization in 1999, we have invested over BGN 1.2 billion in new technologies and modernization of production, in safe working conditions, environmental projects and upgrading of the qualification of employees. In 2019, the investment will amount to BGN 150 million. We are renovating the entire technological chain. We use electric excavators to minimize production emissions,” explains Engineer Delcho Nikolov, CEO of the company. He reminds that copper is also in the basis of Industry 4.0. Mines are often the drive of innovation on a global scale, and at Asarel-Medet, they also invest in innovative solutions. A new development project will extend the life of the mine

производство. От приватизацията през 1999 г. досега сме инвестирали над 1,2 млрд. лв. за нови технологии и модернизация на производството, за безопасни условия на труд, екологични проекти и повишаване квалификацията на работещите. През 2019 г. инвестицията ще възлезе на 150 млн. лв. Правим преоборудване по цялата технологична верига. Ползваме електрически багери, за да се намалят до минимум емисиите от производството“, обяснява изпълнителният директор на компанията инж. Делчо Николов. Той напомня, че медта е в основата и на Индустрия 4.0. Мините често са двигател на новаторството в света и в „Асарел-Медет“ също инвестират в иновативни решения. Нов проект за развитие ще удължи живота на мината с още 25 години. Ще се извършат допълнителни геологопроучвателни дейности в очакване да бъдат открити още запаси в периферията на рудника и с нови техники и технологии да бъдат ефективно оползотворени.

Фактите говорят

„Асарел-Медет“ е прозрачна компания, която постига високи резултати с екип от около 1200 души, като от тях 240 са инженери. Средната работна заплата три пъти изпреварва средната за страната и два пъти тази в бранша. Има твърде силен интерес към работа точно в тази компания и тя се стреми да предлага привлекателни условия, като в замяна получава висока ангажираност на своите кадри. В момента предприятието осигурява 30% от заетостта в Панагюрище, както и 70% от приходите на общината от местни данъци и такси. Над 30% от бюджета на общината също е благодарение на „Асарел-Медет“. Компанията насърчава индивидуалната предприемаческа активност на своите служители и много от тях имат допълнителен частен бизнес.

С премерена стъпка

В Европа само „Асарел-Медет“ и шведската „Айтик“ преработват руда с толкова ниско съдържание на мед - едва 0,27%. За да повишат ефективността си на работа чрез мащаба, конкурентни рудници в чужбина рязко увеличават количеството на добиваната руда. В „Асарел-Медет“ обаче се въздържат от „хищническо изземане на ресурсите“, за да може по-дълго мината да е в експлоатация. Работят с добре премерена стъпка. Сега дъното на рудника е със 100 м над нивото на площада в Панагюрище, но с развитието на новия проект то ще слезе още



Град, наситен с история, днес Панагюрище се радва на силен туристически интерес

A town full of history, today Panagyurishte enjoys strong tourist interest

by another 25 years. Additional exploration activities will be carried out aiming to discover more reserves in the periphery of the mine, which will be effectively utilized with new techniques and technologies

The Facts Speak

Asarel-Medet is a transparent company that achieves high results with a team of about 1,200 people, 240 of them being engineers. The average salary is three times higher than the national average and twice that in the industry. There is a very strong interest in working for this company and it strives to offer attractive conditions, while in return, it receives the dedication of its staff. Currently, the company provides 30% of the employment in Panagyurishte, as well as 70% of the municipality's revenues from local taxes and fees. More than 30% of the municipality's budget is also thanks to Asarel-Medet. The company encourages the individual entrepreneurial activity of its employees and many of them have additional private businesses.

At a Calculated Pace

In Europe, only Asarel-Medet and Sweden's company Aitik process ore with such a low copper content – only 0.27%. In order to increase their work efficiency by scale, competitive mines abroad dramatically increase the amount of ore extracted. In Asarel-Medet, however, they refrain from "predatory seizure of resources" in order to allow the mine to be in operation for a longer period of time. They work with a well-measured pace. Now, the bottom of the mine is 100 m above the level of the square in Panagyurishte, but with the development of the new project, it will go another 200 m deeper. About 40-42 million tonnes of rock are extracted annually, of which only 13 million tonnes are ore, the other is a copper-free "yield". In addition to being environmentally friendly, production must be safe. State-of-the-art tools are

Виното на изба „Румелия“ си спечели слава на новото панагюрско съкровище. Дегустациите, които Цвета Костова прави, го доказват

The wine of Rumelia Cellar has won its fame as the new treasure of Panagyurishte. The tastings that Tsveta Kostova organizes prove it



200 м надолу. Годишно се добиват около 40-42 млн. т скална маса, от които само 13 млн. т руда, другото е „откривка“, която не съдържа мек. Освен екологично чисто, производството трябва да е и безопасно. Използват се най-съвременните средства за постоянно наблюдение на целия производствен процес. Модерните методи за екозащита не позволяват замърсена вода да попада в околната среда, всяка капка се улавя, пречиства и се използва отново. Хидротехническите съоръжения са с норми, които десет пъти надвишават допустимите параметри за страната. Затова в реките има риба, а и биоземеделieto в района се развива.

Грижа за хората

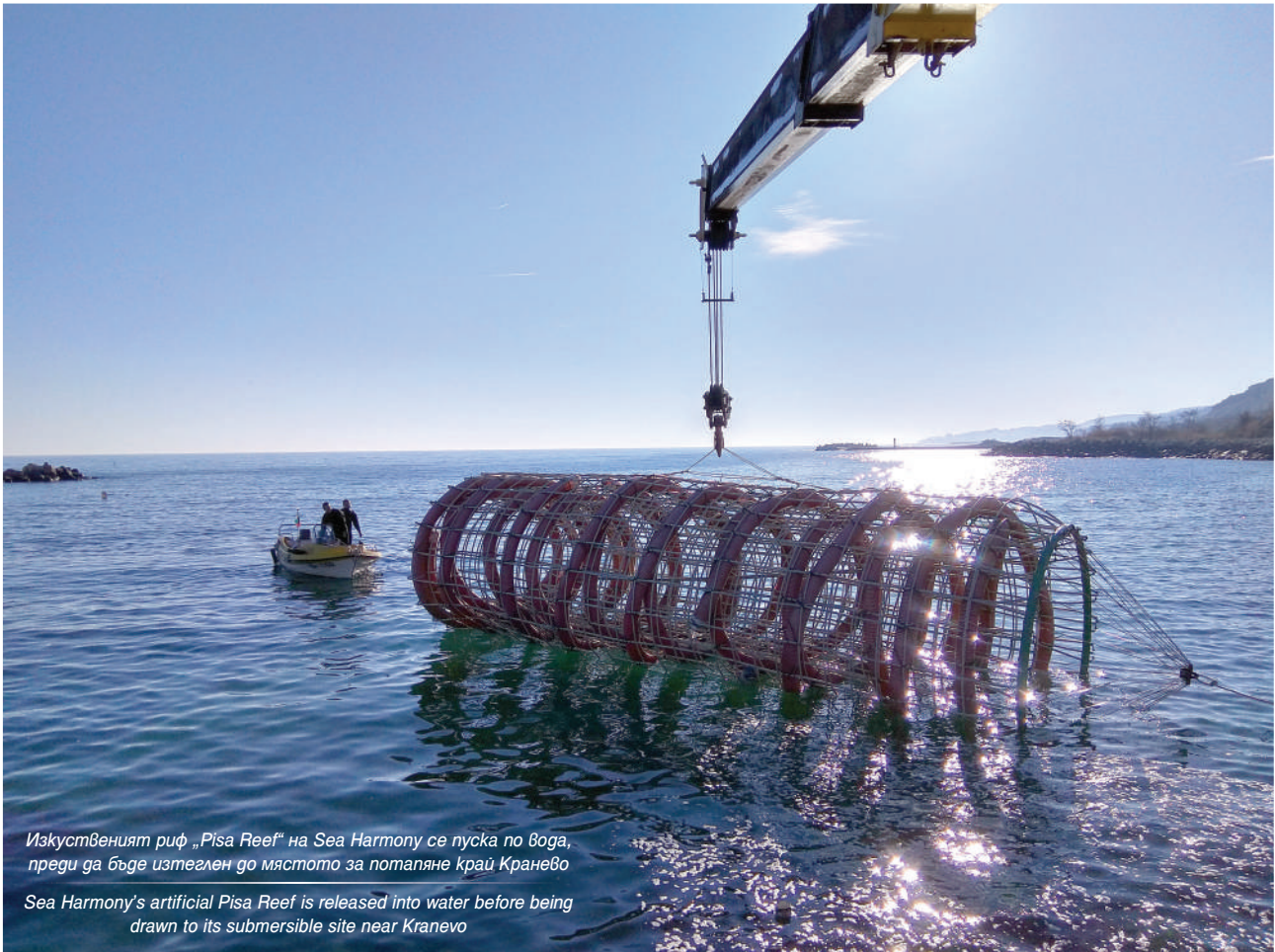
„Асарел-Медет“ е компания с грижа за местната общност. Тя не спира да подкрепя и развива социални проекти. Ярък пример за това е инвестицията от около 120 млн. лв. за модернизацията на закъсалата общинска болница. Чрез модела на публично-частното партньорство МБАЛ „Уни Хоспитал“ се превърна в едно от най-модерните здравни заведения на Балканите. По оценка на Института за пазарна икономика тази болница вече е фактор за задържане на хората в региона. Според старши икономиста на ИПИ Петър Ганев младите обикновено „гласуват с краката си“ и ако не виждат перспективи за развитие, те напускат, за да учат или работят другаде, и повече не се завръщат. Социално-икономическият профил на Панагюрище, изготвен от ИПИ, показва, че общината с бързи темпове се превръща във все по-привлекателно място и хората не само остават да работят тук, а вече се наблюдава тенденция на обратно движение. Доброто заплащане, възможностите за личностно и кариерно развитие, както и приятната среда за живеене са определящи малкият град да бъде предпочитан пред някои мегаполиси. В Панагюрище се обръща особено внимание на образованието на децата, има и дуални паралелки. Панагюрище става домакин на събития от международна величина – сред тях са Световният шампионат по фойерверки през май и големият турнир по тенис на маса „Асарел България Оупън“ през август. Панагюрското златно съкровище е само един от поводите за големия туристически интерес. Елате, има много какво да видите, канят местните хора. Те са готови да споделят своята рецепта за възраждане на малките населени места. (1)

used to constantly monitor the entire production process. Modern eco-protection methods do not allow contaminated water to enter the environment; every drop is captured, purified and reused. Hydrotechnical facilities have standards that exceed ten times the permissible parameters for the country. That is why there are fish in the rivers, and bio-agriculture in the area is developing.

Care for the People

Asarel-Medet is a company that cares for the people. It continues to support and develop social projects. A good example is the investment of about BGN 120 million in the modernization of the municipal hospital, which was in a very poor condition. Through the public-private partnership model, UniHospital has turned into one of the most modern healthcare facilities on the Balkans. According to the Institute for Market Economics (IME), this hospital is already a factor in keeping people in the region. According to the senior economist of IME, Petar Ganey, young people usually “vote with their feet” and if they do not see development opportunities, they leave to study or work elsewhere and do not return. The socio-economic profile of Panagyurishte, prepared by IME, shows that the municipality is rapidly becoming an increasingly attractive place, and people not only stay here to work, but there is already a trend of reverse movement. Good pay, opportunities for personal and career development, as well as a comfortable living environment, contribute to the fact that the small town is favoured over a metropolis. In Panagyurishte, special attention is paid to the education of children, and there are dual classes. Panagyurishte hosts international events, including the World Fireworks Championship in May and the big Asarel Bulgaria Open table tennis tournament in August. The Panagyurishte gold treasure is just one of the reasons for the great tourist interest. Come here, there's plenty to see, local people say. They are ready to share their recipe for revival of the small towns. (1)

Неизследваните води на предприемачеството във Варна



Sea Harmony

Изкуственият риф „Pisa Reef“ на Sea Harmony се пуска по вода, преди да бъде изтеглен до мястото за потапяне край Кранево

Sea Harmony's artificial Pisa Reef is released into water before being drawn to its submersible site near Kranevo

The Unexplored Waters of Entrepreneurship in Varna

Мая Цанева  Maya Tsaneva

Варна привлича туристи и студенти, но в града се случват и много други неща, които подхранват или задушават предприемачеството. Срещата ми с няколко предприемачи от града показва наличието на възможности - и положителните тенденции, и перспективата за активна регионална предприемаческа общност.

„Има опити да се създаде инкубационна среда за стартиращи компании, но действията са спорадични и свързани основно с наличието на средства по евро-програми. Местният крупен бизнес няма традиции и нагласа да подпомага развитието на иновации“ - така

Varna attracts tourists and students, but many other things happen in the city that nourish or stifle entrepreneurship. My meeting with several entrepreneurs from the city indicated the presence of opportunities, both the positive trends and the prospect of an active regional entrepreneurial community.

“There have been attempts to create an incubation environment for start-ups, but the actions are sporadic and mainly related to the availability of EU funds. The local big business does not have the traditions and the inclination to support the development of innovations” – this is how

Градът все още няма развита среда за иновации и достатъчно стимули за стартиращ бизнес

сериен предприемач и мениджър от Варна Даниел Йорданов определя икономическата среда в града. Той развива и ръководи бизнеси в сферата на промишлените взривни работи и минното дело, интелектуалната собственост, преработката на отпадъци и други.

Силвия Щумпф, председател на Сдружение „Бизнес Агенция Варна“, се съгласява, че Варна остава много далече от интензитета на предприемаческата активност на по-малки градове в други държави. Според нея противно на очакванията, свързани с многото университети в града, Варна не е „люлка“ на високотехнологични самостоятелни проекти. Силвия има 20-годишен опит в проекти и инициативи в подкрепа на бизнеса. „Има много стартапи в областта на дигиталния маркетинг, софтуера и блокчейна, но сме далече от перспективата да се превърнем в start up city. Общностите не са многобройни, а споделените пространства за работа се броят на пръстите на едната ръка“, пояснява тя.

Арман Саркисян, основател на Sea Harmony – компания, която развива иновативна аквакултурна технология, допълва, че стартап общността тепърва се формира, но има добри перспективи за туризъм и за международна търговия, за морски бизнес. Sea Harmony е пример за перспективна технологична фирма, но като цяло и тримата ми събеседници смятат, че Варна залага по-скоро на нискотехнологични, традиционни сектори - кораборемонтни услуги, аутсорсинг и ИТ услуги, хотелиерство, производство на храни и козметика, строителни услуги и търговия с имоти.

„Варна е географски ограничен район поради факта, че се намира в единия край на България и на изток граничи с море. Това води до повишаване на транспортните разходи при предлагане на стоки и услуги във вътрешността на страната и в същото време ограничава местния пазар на изток само по вода. Многото чуждестранни граждани, които живеят временно или постоянно във Варна, наличието на няколко големи университета и множеството туристи определят вариантите на предприемачество“, обяснява Даниел.

Според Силвия няма местна общност на „бизнес ангели“, нито отворени и достъпни територии за развойна дейност на стартапите, въпреки развитата университетска среда в града. „Говори се за създаване на съвместен дигитален иновационен хъб между институциите, академията и големия бизнес, но няма работещ проект. Много студенти завършват интердисциплинарни дисциплини с health tech проекти например, които остават нереализирани поради липсата на научна инфраструктура“, казва тя. Заради това вероятно дигиталната трансформация на местния бизнес се прави „на парче“, както казва Силвия, но е неизбежна за успешно развитие.

Даниел развива услуга за подпомагане на подобни иновации, които много често стигат до ниво регистрация в Патентното ведомство, но никога не се реализират на пазара. Част от проблемите са свързани с достъпа до правилните пазари, а друга - с вътрешната

The city does not have a developed environment for innovation and enough incentives for start-ups yet

Личен архив Personal archive



Според Арман Саркисян варненската стартап общност трябва да формира предимства, които да задържат стартиращите бизнеси да се развиват в региона

According to Arman Sarkisyan, the Varna start-up community should create benefits that keep start-ups in the region growing

the serial entrepreneur and manager from Varna, Daniel Yordanov, defines the economic environment in the city. He develops and manages businesses in the fields of industrial blasting and mining, intellectual property, waste management and others.

Silvia Stumpf, Chairperson of the Varna Business Agency Association, agrees that Varna remains far from the intensity of entrepreneurial activity in smaller cities in other countries. According to her, contrary to the expectations related to the presence of many universities in the city, Varna is not a "cradle" of independent high-tech projects. Silvia has 20 years of experience in business support projects and initiatives. "There are many start-ups in digital marketing, software and blockchain, but we are far from the prospect of becoming a



Лицен архив © Personal archive

Според Силвия Щумпф дигиталната трансформация на местния бизнес се прави „на парче“, но е неизбежна за успешно развитие

According to Silvia Stumpf, digital transformation of local businesses is being made fragmentedly but is inevitable for the successful development

организация на инвестиционните начинания. „Пазарната среда не позволява налагането на по-високи цени на продукти и услуги, а в същото време се борим за всеки квалифициран кадър на международно ниво. Този факт поставя производителите на регионални продукти и услуги в положението да работят или с не дотам квалифицирани кадри, или постоянно да инвестират в технологично оборудване, което не изисква човешка намеса“, пояснява той.

ОРТО технологичния проект на SEA Harmony е пример за успешен технологичен проект, който цели да подпомогне и района около Кранево. Арман разказва, че работи по първата пълносистемна аквакултурна ферма от рифов тип и търси финансиране за изграждане на цех за серийно производство. „Тази година успешно завършихме проект по Фаза 1 на Хоризонт 2020, като сме едва десетият одобрен български проект. До края на годината ще подадем проект по Фаза 2“.

Той пояснява, че освен подготовка и знания, предприемачът трябва да инвестира в контакти. Той се допитва до ментори от региона, но за финансиране, поради размера на средствата, се обръща към групи общности. Но на форума InnoWave Варна среща инвеститори, експерти и групи стартиращи фирми. „Участието на един стартър на такъв форум би могло да бъде всичко, което му е необходимо, стига да успее да го реализира правилно. Варненската стартър общност трябва да работи за дефиниране на предимства, които да задържат стартиращите бизнеси да се развиват и да създават добавена стойност на регионално ниво, а не да бъдат изтеглени към най-развития икономически център – София“, допълва той.

Според Силвия обаче стартър събитията привличат повече ученици, отколкото студенти и реални предпри-

start-up city. Communities are not numerous, and shared work spaces are counted on the fingers of one hand,” she explains.

Arman Sarkisyan, founder of Sea Harmony, a company that develops innovative aquaculture technology, adds that the start-up community is still emerging, but there are good prospects for tourism and international trade, for maritime business. Sea Harmony is an example of a promising technology company, but in general, all three of my interlocutors believe that Varna relies more on the low-tech, traditional sectors – ship repair, outsourcing and IT services, hotel industry, food and cosmetics production, construction services and real estate trading.

“Varna is a geographically limited area due to the fact that it is located at the one end of Bulgaria and borders the sea to the east. This leads to an increase in transport costs for the supply of goods and services inland, and at the same time limits the local market to the east only by water. Many foreigners who live temporarily or permanently in Varna, the presence of several large universities and many tourists determine the options for entrepreneurship,” Daniel explains.

According to Silvia, there is no local business angel community or open and accessible start-up development territories, despite the city’s developed university environment. “There are talks on creating a collaborative digital innovation hub between institutions, the Academy and the big business, but there is no working project. Many students complete multidisciplinary programs with health tech projects, for example, which remain unrealized due to the lack of scientific infrastructure,” she says. Probably, this is the reason why digital transformation of local businesses is being made in pieces, as Silvia says, but it is inevitable for the successful development.

Daniel develops a service to support such innovations, which very often reach the patent registration level, but are never realized on the market. Some of the problems are related to the access to proper markets, and other – to the internal organization of investment ventures. “The market environment does not allow higher prices for products and services, but at the same time, we are fighting for every qualified person on an international level. This fact puts producers of regional products and services in a position to work with either not-so-qualified personnel or constantly invest in technological equipment that does not require human intervention,” he explains.

The ORTO technology of SEA Harmony is an example of a successful technological project that aims to support the Kranevo area as well. Arman says that he is working on the first full-scale reef-type aquaculture farm and is looking for funding to build a serial production plant. “This year, we successfully completed a Phase 1 project on Horizon 2020, being only the tenth approved Bulgarian project. We will submit a Phase 2 project by the end of the year.”

He explains that in addition to training and knowledge, an entrepreneur must invest in contacts. He consulted mentors from the region but turned to other communities for funding because of the amount of the funds. But at the Varna InnoWave forum, he met investors, experts and other start-ups. “The participation of a start-up in such a forum could be all they need, as long as they manage to implement it properly. The Varna start-up community should work to define benefits that will keep start-ups growing and creating value on a regional level, rather than being drawn to the most developed economic centre in Sofia, he added.

According to Silvia, start-up events attract more

емачи. Те, от своя страна, губят от слабото взаимодействие между бизнеса и университетите, което да стимулира както финансово, така и вътрешните нагласи да се развива собствен бизнес, който да води до общ растеж на региона. „Обикновено фирмите подпомагат със стипендии бъдещи техни кадри, а трябва да се мисли дългосрочно към създаване на лидери, които да развият компании с допълващи продукти и услуги за тези фирми, които финансират учебните програми“, казва Даниел.

Силвия допълва, че има неизползвани възможности за развитие на подобни отношения. Тя се надява „младите и енергични предприемачи“, както ги описва Даниел, които разработват иновативни проекти в сферата на ИТ технологиите и услугите, да намерят подкрепа за своите разработки в рамките на проекта „Бизнес преакселератор на Североизтока“, който агенцията ѝ е създала заедно с партньори с европейско финансиране. Той цели да увеличи „дигиталните компании, които да помагат на нискотехнологичните бизнеси да процъфтяват с помощта на дигитализацията“.

Даниел приключва разговора с думите: „Българските предприемачи трябва да се ориентират към висококачествени и уникални продукти, които да им гарантират пазарен дял, независимо от цената и мястото на производство. Мястото на регистрация на една фирма е условност, породена от фактора местоживееене“.

high-school students than university students and real entrepreneurs. They, on the other hand, are losing out because of the weak interaction between the business and the universities, which could help them financially, as well as their internal desire to develop their own businesses, which could lead to the overall growth of the region. “Usually, it is the companies that support their future staff through scholarships, but long-term thinking must be adopted for creating leaders who can develop companies with complementary products and services for those companies that fund the curriculum,” Daniel says.

Silvia adds that there are unused opportunities to develop such relationships. She hopes that “young and energetic entrepreneurs”, as described by Daniel, who develop innovative projects in the field of IT technologies and services, will find support for their developments within the framework of the North-East Business Pre-Accelerator project, which she created with European funding together with partners. It aims to increase the number of “digital companies that help low-tech businesses thrive through digitalization.”

Daniel ends the conversation with the words: “Bulgarian entrepreneurs should focus on high quality and unique products that will guarantee them a market share, regardless of the price and the place of production. The place of registration of a company is a conditionality determined by the residence factor. (→)



Българските създатели на нови браншове

Историята на трима предприемачи, които са дали началото на цели нови икономически сегменти в страната

The story of three entrepreneurs who started entirely new economic segments in Bulgaria

Bulgarian Creators of New Industries

Александър Александров  Aleksandar Aleksandrov

През последните години стартъп екосистемата в България се развива с бързи темпове, появяват се нови иновативни компании във всевъзможни браншове. Някои от тях не успяват да се наложат, но други от малки стартиращи фирми се превърнаха в международни играчи с пазарна оценката в размер на милиони долари и с клиенти в Европа, САЩ и Азия.

В сп. „Икономика“ многократно сме писали за добрите примери сред тях. В следващите редове обаче ще обърнем внимание на една по-особена група предприемачи – такива, които са създали от нулата не просто собствени си фирми, а са стимулирали развитието на цели нови икономически сектори. Общото между тях е, че са били първи в област, в която никога друг не е виждал потенциал преди това и в някои случаи в новосъздадения бранш след тях са се появили десетки други играчи.

In recent years, the startup ecosystem in Bulgaria is developing at a rapid pace and new innovative companies are emerging in various industries. Some of them have failed, but others from small startups have become international players with millions of dollars in market value and clients in Europe, the US and Asia.

In Economy Magazine, we have presented many times the good examples among them. In the following lines, however, we will turn our attention to a more special group of entrepreneurs – those who have not only created their own businesses from scratch but have stimulated the development of entire new economic sectors. What they have in common is that they were the first in an area where no one else saw potential, and in some cases, dozens of other players appeared after them in the newly created industry.

Светлин Наков и обучението по програмиране

Днес в България има няколко десетки малки и големи академии за програмисти. Когато през 2005 г. Светлин Наков създава своята Национална академия за разработка на софтуер (НАРС) обаче, това явление е напълно непознато в този му вид. Преди това в България се подготвят програмисти предимно в университетите или по метода на самообучението. Академията на Наков обаче прокачва модела, при който това се случва в тясна връзка с компанията от софтуерния бранш, които често заплащат за процеса на обучение, а на самите обучаващи това понякога не им струва нищо.

Причината е ясна – софтуерната индустрия в България изпитва нарастваща нужда от квалифицирани кадри и тази тенденция ще се задълбочава в бъдеще. Повечето дружества от сектора са готови във всеки момент да разкрият ново работно място за програмист, ако се появи подходящ такъв, а според едно проучване на Българската асоциация на софтуерните компании от преди няколко години, нейните членове биха увеличили бизнеса си с 1/3, ако имаха достатъчно разработчици. Клиенти-

те са налице, липсват квалифицираните кадри, които да осъществят всички поръчки. Затова не е изненада, че софтуерните фирми са готови да подкрепят всякакви инициативи в тази област.

След НАРС, през 2010 г. Светлин Наков създава Академията на Телерик за софтуерни инженери, заедно с компанията Телерик. Днес тя е обучила стотици български младежи, пожелали да се преквалифицират в тази област. Следващият етап в неговата дейност е стартирането на Софтуерния университет (СофтУни) в края на 2013 г., с който той затваря цикъла на обучение, включвайки възможности за пълноценна диплома.

Наков е носител на наградата „Джон Атанасов“ на президента на Република България и множество други призове в различни области, автор е на 15 книги в областта на обучението по програмиране и е лектор на стотици събития. Неговите успешни проекти повлияват създаването на цял нов сектор с множество обучителни центрове, организации и академии, които днес подготвят кадри за ИТ индустрията.



Svetlin Nakov and the Programming Training

Today, there are several dozen small and large academies for developers in Bulgaria. However, when Svetlin Nakov established his National Academy for Software Development (NASD) in 2005, this phenomenon was completely unknown in this form. Prior to that, programmers were mostly trained in universities or in the self-study method. However, Nakov's Academy pushed through a model where this happened in close connection with software companies that often pay for the training process, and sometimes the trainees pay nothing for their studies.

The reason is clear – the software industry in Bulgaria is experiencing an increasing need for skilled personnel and this trend will deepen in the future. Most companies in the sector are ready to create a new job for a developer at any time, if a suitable one emerges, and according to a study by the Bulgarian Association of Software Companies a few years ago, its members would increase their business by 1/3 if they had

enough developers. Clients are present, but there is no qualified staff to complete all orders. So, it's no surprise that software companies are ready to support any initiatives in this area.

After NASD, in 2010, Svetlin Nakov established the Telerik Academy for Software Engineers, together with the Telerik Company. Today, it has trained hundreds of young Bulgarian people who wanted to qualify in this field. The next stage in his business was the launch of the Software University (SoftUni) in the end of 2013, with which he closed the learning cycle, including opportunities for a full-fledged diploma.

Nakov has been awarded the John Atanasov Award of the President of the Republic of Bulgaria and many other prizes in various fields, he is the author of 15 books in the field of programming training and has lectured on hundreds of events. His successful projects have influenced the creation of an entire new sector with numerous training centres, organizations and academies that today prepare staff for the IT industry.

Александър Грозданов и ескейп стаите

Когато през лятото на 2014 г. Александър отваря със свои съмишленици първата ескейп стая (escape room) в България Dextrophobia, почти никоу у нас не е чувал какво е това. Той научава за странните стаи на загадките, докато лети за Будапеща – от едно самолетно списание с информация за унгарската столица.

Ако все още не сте се запознали с тях, ескейп стаите представляват локации, в които клиентът бива затворен за определено време (например 1 час) и трябва сам да открие пътя навън. Това включва решаване на различни загадки и пъзели, използване на иновации и съобразителност. Някои ескейп стаи имат и добре развита история, което ги превръща в пълноценни художествени произведения от нов тип.

След като Александър Грозданов създава първата стая

у нас, в страната бързо изникват други такива проекти и днес броят им надхвърля сто. Повечето от тях са в София (над 70), но не липсват и проекти в Пловдив, Варна, Бургас и други градове. Около тях се обособява и все по-голяма общност от фенове, готови да преминават през всяка нова стая, която отвори врати в България. Вече се организират и турнири, както и нови развлекателни формати като градските куестове или картите Cards2Go отново на Dextrophobia.

Бързото разширяване на сектора се дължи в голяма степен на един феномен, характерен за него – при ескейп стаите наличието на конкуренти не отнема от бизнеса на останалите играчи, а по-скоро им води нови клиенти. Това е така, защото след като играчите са преминали през една стая, е малко вероятно те да отидат отново в нея, а най-често търсят нови.



Aleksandar Grozdanov and the Escape Rooms

When, in the summer of 2014, Aleksandar and his like-minded partners opened the first escape room in Bulgaria, Dextrophobia, almost no one in Bulgaria had heard about such a thing. He learned about the strange rooms of mysteries while flying to Budapest – from an air plane magazine with information about the Hungarian capital.

If you still don't know anything about them, escape rooms are locations where the client is closed inside for a certain period of time (for example, 1 hour) and has to find the way out on their own. This includes solving different mysteries and puzzles by using innovations and quick wits. Some escape rooms also have a well-developed story, which makes them complete art works of a new type.

Since Aleksandar Grozdanov created the first room in

Bulgaria, other such projects have rapidly emerged, and today their number exceeds one hundred. Most of them are in Sofia (over 70), but there are also projects in Plovdiv, Varna, Burgas and other cities. There is a growing community of fans around them ready to go through every new room that is opened in Bulgaria. Tournaments are now being organized, as well as new entertainment formats, such as urban quests or the Cards2Go cards, again by Dextrophobia.

The rapid expansion of the sector is due to a large degree to a phenomenon typical for it – in escape rooms, the presence of competitors does not take away from the business of other players, but rather leads them to new clients. This is because after players have gone through one room, they are unlikely to go back, and most often look for new ones.

Райчо Райчев – космическият предприемач

Може и да не знаете, но днес в България се произвеждат космически спътници, а един от тях при това вече лети успешно в околоземна орбита. Става въпрос за CubeSat апарата EnduroSat One на българската компания EnduroSat, който беше изведен в орбита през миналата година. Заг успеха на проекта стои Райчо Райчев – основател на фирмата и страстен привърженик на изследването на Космоса.

Райчев е по-познат със създадената от него образователна програма „Космически предизвикателства“, чието десето издание ще се проведе тази есен. Това е не само единствената българска инициатива за космическо обучение в България, а и най-голямата такава в цяла Европа. През годините в рамките на „Космически предизвикателства“ български кадети имаха възможност да слушат на живо ръководители от Европейската космическа агенция (ESA), Американската космическа агенция (NASA), както и някои от най-големите компании от индустрията.

Убеден в потенциала на космическите изследвания във време, когато секторът се либерализира, Райчо Райчев създава редица инициативи, чрез които да включи България на глобалната карта на този бранш. Сред тях е също и най-голямата европейска онлайн платформа за обучение <https://spaceport.academy/>, която предоставя безплатно обучение на български и на английски език. Райчев е съосновател на Сдружение „Циолковски“ и е първият българин, участвал в програмата Singularity University, както и представител на страната ни в Космическия консултативен съвет към ООН. 🚀



Raycho Raychev – Space Entrepreneur

You may not know, but space satellites are being produced in Bulgaria today, and one of them is already successfully flying into the Earth's orbit. This is the CubeSat device EnduroSat One of the Bulgarian company EnduroSat, which was launched into orbit last year. Behind the success of the project is Raycho Raychev – the founder of the company and a passionate supporter of space exploration.

Raychev is more famous with the educational program Space Challenges that he created, whose tenth edition will take place this fall. This is not just the only Bulgarian space training initiative in Bulgaria, but also the largest one in the whole of Europe. Over the years, within the Space Challenges, Bulgarian cadets

have had the opportunity to hear live from managers from the European Space Agency (ESA), the US Space Agency (NASA), as well as some of the largest companies in the industry.

Convinced of the potential of space exploration at a time when the sector is liberalizing, Raycho Raychev is creating a number of initiatives to put Bulgaria on the global map of this industry. Among them is the largest European online training platform <https://spaceport.academy/>, which provides free training in Bulgarian and English. Raychev is the co-founder of Association Tsiolkovsky and is the first Bulgarian to participate in the Singularity University program. He is also a representative of Bulgaria in the UN's Space Generation Advisory Council. 🚀

Семеен бизнес с гръх на рози и лавандула

Промяната се прави с действие, вярва Васил Ралчев. Той се завърна от Англия, за да осъществи своята българска мечта



Биопроизводството е устойчив бизнес, убедени са Васелина Ралчева и нейният син Васил

Bio-production is a sustainable business, Vasilina Ralcheva and her son Vasil are convinced

Family Business with a Scent of Roses and Lavender

Change is made by taking action, Vasil Ralchev believes. He returned from England to fulfil his Bulgarian dream

Яна Колева  Yana Koleva

Може ли да си успешен и щастлив в България? Ако отговорът е „Да“, означава ли това, че си мечтател, когото българските реалности скоро ще смачкат? И дали пък ние, българите, не сме станали прекалено скептични? Не сме ли влезли в клишето на негативизма, че тук нищо позитивно не може да стане? Васко от Панагюрище има своя гледна точка и казва: „За да си успешен, трябва да си не просто мечтател, но и деятел“. Кои е Васко...?

Васил Ралчев е на 22. Веднага след като завършва Редингския университет в Англия, се завръща в родния си град, за да се присъедини към семейния бизнес, свързан с биопроизводството на етеричномаслени култури. Ето неговите мотиви:

Трябваше да съм луд, за да не се върна. Не че там не ми харесваше, не че не ми предложиха прекрасна работа и страхотни условия. Всичко беше идеално, но за мен България е страна на възможностите, тя е „Дивият запад“ на Европа, макар да е държава с невероятно развитие на технологиите. Много хора ме смятат за Дон Кихот, но

Сan you be successful and happy in Bulgaria? If the answer is yes, does it mean that you are a dreamer who the Bulgarian reality will soon crush? And haven't we, Bulgarians, become too sceptical? Haven't we entered the cliché of negativism that nothing positive can happen here? Vasko from Panagyurishte has his point of view and says: "In order to be successful, you should not be just a dreamer, but a doer." Who is Vasko...

Vasil Ralchev is 22. As soon as he graduated from the University of Reading in England, he returned to his home town to join the family business related to the bio-production of essential oil crops. Here are his motives:

I had to be crazy not to come back. Not that I did not like it there, not that they did not offer me a great job and good conditions. Everything was perfect, but for me Bulgaria is a country of opportunities, it is Europe's Wild West, although it is a country with incredible technological development. Many people consider me a Don Quixote, but I am developing here. The idea for our family business started

тук аз се развивам. Идеята за нашия семеен бизнес започва по време на пътуване на моите родители. Баща ми Николай предложил да отглеждат рози. Защо точно рози?! Защото розовото масло е

продукт, който не се нуждае от реклама

– казал баща ми. Като абсолютни аматьори двамата се хвърлили в това трудно пътешествие. На четири пъти били на ръба на фалита, но успели да го избегнат. Обяснявам си го с работохолизма на майка ми и с факта, че баща ми е истински визионер. Когато преди 20 години се заели със земеделие, той направил ход, който мнозина считали за лудост - избрал да работи с ромите. Те го лъгали, но той бил сигурен, че след време повечето хора извън този етнос ще приемат за нещо странно да работят на полето. Това вече е факт и ето защо днес най-голямото конкурентно предимство на нашата фирма е, че разполагаме с работна ръка от роми. Другата добра идея на баща ми е, че когато хората продават нивите си, е време да се купува. Смятал, че земята е добър актив. Нещо повече - захванали се с биоземеделие, когато в България дори не е имало сертифициращ орган. Днес обаче ние работим с най-големите световни компании. Определяща остава визията, че един ден в света водещи ще са грижите за здравето и околната среда.

Твърдя, че България е място със страхотни възмож-

during a trip of my parents. My father, Nikolay, suggested that they should grow roses. Why roses?! Because the rose oil is

a product that does not need advertising

- my father said. As absolute amateurs, they both ventured into this difficult journey. Four times they were on the brink of bankruptcy but managed to avoid it. I give that to my mother's workaholicism and to the fact that my father is a real visionary. When they got involved in agriculture 20 years ago, he made a move that many considered madness – he chose to work with the Roma. They used to lie to him, but he was sure that after a while, most people outside of this ethnos would find it strange to work in the field. This is already a fact and that is why, today, the biggest competitive advantage of our company is that we have Roma workforce. Another good idea of my father is that when people sell their fields, it's time to buy. He thought that land was a good asset. What is more, they started organic farming when there was not even a certification body in Bulgaria. Today, however, we are working with the world's largest companies. The vision that health and environment will be one of the world's leading trends remains key.

I claim that Bulgaria is a place with great opportunities, as long as we take advantage of all our assets. As Prof.



Васил Ралчев (в средата) и Георги Димитров (вляво) пред студенти в Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“ с кампанията „Не бъди посредствен“ / Vasil Ralchev (in the middle) and Georgi Dimitrov (left) before students at the Plovdiv University “Paisii Hilendarski” with the campaign Do not Be Mediocre

ности, стига да се възползваме от всичките си гадености. Както проф. Лъчезар Цоцорков твърдеше: „Каквито мисли посеем, такива резултати ще пожънем“. В община Панагюрище има личности, които са силен двигател на промяната. Именно затова и аз се връщам тук – за да съм част от тази промяна.

Всичко ново започва с първата крачка

С увереност в това станах създател на платформата „Не бъди посредствен“, която вече е с над 100 хил. последователи. Заедно с Георги Димитров написавме книгата „Пет стъпки към по-добър живот“. С него сме приели като своя мисия да запалим колкото се може повече българи да по-

Lachezar Tsotsorkov said: “Whatever thoughts we sow, such results we will reap.” Panagyurishte municipality has personalities that are a powerful engine of change. That is why I came back here, too – to be part of this change.

Everything new begins with the first step

Being convinced in all this, I became the creator of the Do not Be Mediocre platform, which already has more than 100,000 followers. Together with Georgi Dimitrov, we wrote the book Five Steps to a Better Life. We both have accepted it as our mission to ignite as many Bulgarians as possible to believe in themselves and to boldly make their dreams come



3 хил. дка насаждения и нова дестилерия в с. Бъта

Семейство Ралчеви се занимават с биоземеделие вече 17 години. Започват най-напред с насаждения от роза и лавандула - без никакъв личен опит. В района на Панагюрище са засаждали лавандула, но производството на рози е поминък, западнал след Първата световна война. Сега семейството отглежда 350 дка рози, 500 дка лавандула и много джура биопродукция – малини, пъпеша, картофи, лук, лимец, ръж, слънчоглед. Грижат се общо за около 3 хил. дка насаждения. Появяват се последователи в региона, които също се насочват към биоземеделие, а тяхната дестилерия „Ина“ започва да преработва роза и лавандула и на джури производители. През 2005 г. получават своя първи биосертификат, издаден от швейцарска компания. Постепенно увеличават насажденията и затова разширяват дестилерията с европейски средства. Но и сега тя се задържа. Ето защо започват строителството на нова дестилерия в с.

Бъта, която ще е изцяло биологична. Амбициите на семейството са тя да се превърне и в център на „ароматния“ туризъм и в място за обучения, демонстрации и семинари по биопроизводство, етерични масла и ароматерапия.

„Биопроизводството е най-бързо развиващият се пазар. Българското розово и лавандулово масло години наред беше еталон за качество, но в последните години се появиха и некоректни производители, които започнаха да добавят примеси. При лавандулата се направиха огромни насаждения, които дават масла с други показатели и различно качество. Това хвърля съмнение над всичко, произведено в България“, разказва Веселина Ралчева, управител на „Ина“ ЕООД и основател и член на УС на Българска асоциация „Биопродукти“. Тя споделя, че предприемачеството и носи голямо удовлетворение, въпреки че в България е съпроводено с какви ли не трудности и препъникамъни.

вярват в себе си и смело да осъществяват своите мечти. Това беше моята първа стъпка и след нея предприех много други. Създадох едно от най-гледаните видеа във Фейсбук – „Утре може да е късно“ с над 4 млн. гледания. Направих и онлайн магазин inaessentials.com, чрез който предлагаме биологични флорални води. Той заработи през февруари тази година и вече жъне невероятни успехи. През миналата година успях да насоча развитието на нашия бизнес и към туризъм – с грижа за клиента и емоциите, които да му предадем. Тези успехи са следствие на това, че насочих мислите си в правилната посока. Зная, че няма да е лесно. Но когато си поставим цел, най-важно е да направим първата стъпка. Промяната се прави с действие. (1)

true. This was my first step, and later, I took many others. I created one of the most viewed videos on Facebook – Tomorrow May Be Too Late, with over 4 million views. I also made an on-line store inaessentials.com through which we offer organic floral waters. It started working in February this year and has already achieved incredible successes. Last year, I managed to focus on the development of our business and on tourism – with customer care and emotions that we can pass on. These successes are due to the fact that I have put my thoughts in the right direction. I know it will not be easy. But when we set our target, the most important is to take the first step. Change is made by taking action. (1)

Семейство Ралчеви посреща туристи

The Ralchev family welcomes tourists



3,000 ha of plantations and a new distillery in Bata village

The Ralchev family have been engaged in organic farming for 17 years now. They started first with rose and lavender plantings – without any personal experience. They used to plant lavender in the Panagyurishte region, but rose production is a livelihood that had declined after the First World War. Now, the family grows 350 decares of roses, 500 decares of lavender and many other organic produce – raspberries, melons, potatoes, onions, spelled, rye, sunflower. They grow a total of about 3,000 decares of plantations. Followers also appeared in the region that turned to organic farming, and their Ina distillery began to process rose and lavender of other producers. In 2005, they received their first bio-certificate issued by a Swiss company. Gradually, they increased their plantations and expanded the distillery with European funds. But even now, it is overloaded. This is why they started the construction of a new distillery in the Bata village, which will

be entirely biological. The ambitions of the family are for it to become the centre of the “aromatic” tourism and a place for training, demonstrations and seminars on bio-production, essential oils and aromatherapy.

“Bio-production is the fastest growing market. Bulgarian rose and lavender oil has been a quality benchmark for many years, but in recent years, dishonest producers have also emerged and started to add impurities. Huge plantations of lavender were created, which produce oils with different characteristics and different quality. This casts doubt over everything produced in Bulgaria,” says Veselina Ralcheva, Manager of Ina EOOD and founder and member of the Management Board of the Bulgarian Bio-Products Association. She shares that entrepreneurship is very satisfying for her, even though in Bulgaria, there are many difficulties and obstacles.

За всеки европеец първото посещение в Китай обикновено е свързано с културен шок. Дори само заради разликата в мащабите. Там малък град е населено място с 8 млн. души и дължина 100 км. Видяното променя гледната точка и перспективата. Доброто партньорство между БТПП и Китайската търговска камара даде възможност на бизнес лидери и мениджъри от България това лято да преминават обучение и да усетят пулса на Поднебесната държава. Сред тях беше и Красимир Коцев, основател на компанията за киберсигурност SoCyber. Пред сп. „Икономика“ той споделя свои впечатления:

For every European, the first visit to China is usually related to a cultural shock. Even just because of the difference in scale. There, a small town is a settlement with 8 million people and a length of 100 km. What we have seen changes our point of view and perspective. The good partnership between the BCCI and the Chinese Chamber of Commerce has enabled business leaders and managers from Bulgaria to undergo training and experience the pulse of the All under Heaven Empire this summer. Among them was Krasimir Kotsev, the founder of the cybersecurity company SoCyber. He shares his impressions with Economy Magazine:

Красимир Коцев: Да работим умно, Вместо да работим много

Китай гони свои цели, които умело постига. Ние имаме силни страни, които трябва да развием



Krasimir Kotsev: Let's Work Smart Instead of Working Hard

China pursues its own goals, which it skilfully achieves. We have strengths that we have to develop

Пребиваването в Китай остави дълбока следа у мен. В последните 20-30 години страната е претърпяла огромно развитие. Културата и идеологията на всеки китаец днес се основава на „Работа, работа и още работа“. Ключов слоган е, че човек не бива да спира да работи, а трябва да дава всичко от себе си за икономическия просперитет на държавата. Там имат огромен ресурс като брой хора, но усещат все по-голям недостиг на квалифицирани кадри, които са им все по-нужни. Основна цел на страната е да изпревари САЩ по икономически показатели. Никои не отрича, че се води икономическа война. В преследване на своите цели Китай успява драстично да промени пазара и фокусът се пренастройва от експорт на широк спектър от стоки към износ на високотехнологични решения. Huawei и Alibaba са основни брандове, които носят едни от най-големите приходи за страната. Ако някои от външните пазари по една или друга причина се затворят за тях и експортът им намалее, китайците се готвят да активират възможностите на вътрешния си пазар, за да няма сътресения за икономиката. В последните години са положени много усилия нагласите на хората да се преобърнат и да се създаде консуматорско общество, което вече не е доволно да има само паничка ориз. Въ-

My stay in China made a deep impression on me. In the last 20-30 years, the country has undergone a tremendous development. The culture and ideology of every Chinese today is based on "Work, Work and More Work". A key slogan is that one should never stop working, but must give everything they are capable of for the economic prosperity of the country. There, they have a huge resource as a number of people, but they are experiencing a growing shortage of qualified specialists, who are increasingly needed. The country's main goal is to outperform the United States by economic indicators. No one denies that there is an economic war. Pursuing its goals, China has been able to dramatically change the market, and the focus has been shifting from exporting a wide range of goods to exporting high-tech solutions. Huawei and Alibaba are major brands that bring one of the country's biggest

” България е удобно място за инвестиции от Китай. Всяка българска фирма обаче добре трябва да прецени възможностите си за пробив на китайския пазар.

Bulgaria is a suitable place for investments from China. Every Bulgarian company, however, has to assess well its potential for breakthrough on the Chinese market.



трешният пазар е

силен икономически двигател на растежа

което е стимул за по-голяма заетост. С нарастването на доходите на хората се увеличават и търговските обороти. По този начин китайската икономика не спира да расте. Растат обаче и цените на наемите, тъй като в големите градове концентрацията на хора рязко се покачва. Китай продължава развитието си в сферата на храните, леката промишленост, изделия от порцелан и стъкло, но технологиите за тях са с най-голям потенциал заради по-високата добавена стойност.

Китайският бизнес търси възможности за инвестиции и експорт в България. Имат интереси да участват в създаването на нова инфраструктура и в изграждането на предприятия, набелязали са конкретни сектори в България, в които да влязат. Нашата страна за тях е удобната входна точка за Европа, която им осигурява по-близък, но и по-изгоден достъп към големите пазари в Западна Европа. Посещението в Китай ме промени, тъй като то ми даде

нова гледна точка към бизнеса и към свободата

която имаме. Там се слага филтър на всичко, което се мисли, казва и прави. Тук разполагаме с много възможности, които дори не оценяваме. Китайците имат различна ценностна система и срещата с тях може да е повод да преосмислим някои от нашите нагласи. Дадох си сметка, че не бива да влагаме излишни емоции във всичко, а да приемаме нещата по-спокойно и по-трезво.

Пречка за бизнеса е, че в Китай е ограничен достъпът до комуникационните канали, които Западът използва. Общуването единствено може да става по имейл, което затруднява създаването на дълготрайни контакти. При контрола, който се упражнява върху всичко, външни фирми за киберсигурност трудно ще получат

достъп до техния пазар

заради чувствителната информация. Ето защо смятам, че компании като нашата е по-реалистично да се насочат на Запад. Китай може да произвежда всичко, което на хората там им е необходимо. Работната ръка е по-евтина и за българските фирми е по-трудно да предложат нещо, което да се търси. Вкусът на китайците е много по-различен и по отношение на храната, което също влияе на възможностите за износ. Те обаче може да инвестират у нас. Това ще създаде заетост, но пак ние внимателно трябва да преценяваме кое ще е от истински интерес за България.

Китайският призив „Работа, работа и още работа“ там дава добри плодове, но у нас той не бива да се прилага едно към едно. Като население тук сме несравнимо по-малко, затова



revenues. If some of the foreign markets, for one reason or another, are shutting down for them and their exports are declining, the Chinese are preparing to activate the capabilities of their domestic market, so that there will be no turbulence in the economy. In recent years, a lot of efforts have been made to overturn people's attitudes and create a consumer society that is no longer pleased to have just a pan of rice. The domestic market is

a strong economic growth engine

which is an incentive for higher employment. With the increase in people's income, trade turnover also increases. In this way, the Chinese economy does not stop growing. However, rent prices also increase, since in the cities, the concentration of people is rising sharply. China continues its development in the food, light, porcelain and glass industries, but technology for them has the greatest potential because of the higher added value.

The Chinese business is looking for investment and export opportunities in Bulgaria. They are interested in participating in the creation of new infrastructure and in the construction of enterprises; they have identified specific sectors in Bulgaria they want to enter. Our country is a convenient entry-point for Europe that provides them with a closer but more profitable access to the major markets in Western Europe.

My visit to China changed me because it gave me

нашият шанс

е да работим умно, вместо да работим много. Не бих възприел техния подход и не бих го приложил в компанията си, тъй като предпочитам служителите да предприемат умни ходове, да са креативни и ориентирани към създаване на иновативни решения. Имаме поговорка Залудо работи, залудо не стои, но вече е дошло друго време. Българите сме хора със свое виждане, радваме се на по-голяма свобода, имаме свои навици и порядки, от които не е нужно да се откажем. Онова, което може да направим, е да опитваме максимално да се възползваме от предимствата и от ресурсите, които имаме. Посещението в Китай ми помогна да преоценя всичко, което тук приемаме за гаденост. Там са по-дисциплинирани, по умерени и търпеливи. Има на какво да се учим от тях, в това число и да сме по-отдадени в работата си, за да оползотворим по-голяма част от своите възможности. Туризмът в Пекин е машина за пари. Нашият туристически бизнес има накъде да расте. Немислимо е обаче да гоним цели, които Китай си поставя. Но ние имаме своите силни страни, които просто трябва умно да развием.

За мен е богатство, че видях този различен начин на мислене. И вече усещам, че това ми дава перспектива във всяка ситуация да поглеждам и от друг ъгъл, за да взема по-правилно решение. (U)



a new perspective on business and the freedom

we have. There is a filter on everything there that is thought, said and done. We have many opportunities here that we do not even appreciate. The Chinese have a different value system, and the encounter with them may be a reason to rethink some of our attitudes. I realized that we should not put any unnecessary emotions into everything, but accept things more calmly and more soberly.

An obstacle for business is that China has limited access to the communication channels that the West uses. Communication can only be done by email, which makes it difficult to establish long-lasting contacts. With the control that is exercised over everything, external cyber-security companies will find it hard to get

access to their market

because of the sensitive information. That's why I think that for companies like ours, it is more realistic to turn to the West. China can produce everything that people need there. The labour force is cheaper and it is harder for Bulgarian companies to offer something that is demanded. The taste of the Chinese is also very different in terms of food, which also affects export opportunities. However, they can invest in Bulgaria. This will create employment, but we have to carefully consider what will be of real interest to Bulgaria.

The Chinese call for "Work, Work and More Work" produces good fruits there, but in our country, it should not be applied in the same way. As a population here we are incomparably less, that's why

our chance

is to work smart instead of hard. I would not accept their approach and would not apply it in my company because I prefer employees to take smart moves, to be creative and oriented towards innovative solutions. We have a proverb saying that we should better work than do nothing, but another time has come. Bulgarians are people with their own vision, we enjoy more freedom, we have our habits and ways, which we do not have to give up. What we can do is try to make the most of the benefits and resources we have. My visit to China helped me to reassess everything we take here for granted. There, they are more disciplined, moderate and patient. There are things we can learn from them, including to be more committed to our work in order to make the most of our capabilities. Tourism in Beijing is a money machine. Our tourism business has a place to grow. It is inconceivable, however, to pursue the goals that China has. But we have our strengths that we just need to develop in a smart way.

I was fortunate to see this different way of thinking. And I already feel that this gives me a perspective in every situation to look from another angle in order to make a better decision. (B)



Бояна Шарлопова е член на борда на директорите на „Шарлопов Груп“. Завършва специалност „Микробиология и генетика“ в Пловдивския университет и още в края на 1999 г. започва работа като микробиолог в една от компаниите на бранда („Роял Кейк“ АД). Занимава се активно с проектиране на интериорния дизайн на хотелите на „Шарлопов Груп“.

Boyana Charloпова is a member of the board of directors of Sharlopov Group. She graduated in Microbiology and Genetics at the University of Plovdiv and at the end of 1999 began working as a microbiologist at one of the brand companies (Royal Cake AD). She is actively involved in creating the interior design of the hotels of Sharlopov Group.

Бояна и Ева Шарлопови: **Искаме да създадем академия за квалифицирани специалисти в туризма**

Вече 20 години инвестираме внимание и грижа към нашите клиенти и служители

We have been investing attention and care for our clients and employees for 20 years now

*Boyana and Eva of the Sharlopov Family:
**We Want to Create an Academy for
Qualified Tourism Specialists***



Ева Шарлопова е изпълнителен директор на „Шарлопов Груп“. Учи в Швейцария и Австрия, след което се връща в България, за да се включи в семейния бизнес. Извървява целия път от най-ниските нива в йерархията до най-високата управленска позиция.

Eva Sharloпова is the Executive Director of Sharloпов Group. She studied in Switzerland and Austria, and then returned to Bulgaria to join the family business. She went all the way from the lowest levels in the hierarchy to the highest management position.

Кои бизнеси обединява днес „Шарлопов Груп“?

- **Е.Ш.:** „Шарлопов Груп“ е устойчиво развиващ се семеен бранд, който обединява компаниите, собственост на фамилия Шарлопов – компании с различна дейност (бижутерия, отдаване под наем на търговски и складови помещения, хотелиерски услуги), но обединени от обща идея за динамично развитие и възновяващи идеи.

Ние създадохме първата частна хотелиерска верига в България през 1999 г. „Шарлопов Хотелс“ е и първата българска хотелска верига, която разшири присъствието си в Европа с откриването през 2010 г. на СПА и Уелнес хотел „Палменвалд Шварцвалдхоф“, във Фројденщат, Баден-Вюртемберг, Германия.

- **Б.Ш.:** През годините на развитие в наша основна цел се превърна утвърждаването на България като целогодишна туристическа дестинация с нейните изключителни природни дадености, климат, минерални води, културно-историческо наследство.

- **Какво отличава „Шарлопов Груп“ от конкуренцията?**

- **Б.Ш.:** Още от създаването на първия ни хотел се стараем да осигурим на своите гости усещане за уют, за семейна и топла атмосфера. За нас е наистина важно те да се чувстват спокойно и комфортно, като в своя „дом далеч от дома“.

- **Е.Ш.:** За нас успехите никога не са били успокоение или оправдание да спираме на едно място. Напротив, успехите и признанията, които получаваме, ни мотивират да продължаваме да се развиваме и да инвестираме в подобрения, в по-високо качество, в по-разнообразни услуги.

- **Б.Ш.:** Създаваме всички си проекти с голям опит за гърба си и професионализъм, но и с много любов. Основната

What businesses does Sharloпов Group unite today?

- **ES:** Sharloпов Group is a sustainable growing family brand that brings together the companies owned by the Sharloпов family – companies with different activities (jewellery, rental of commercial and warehouse premises, hotel services), but united by the common purpose of dynamic development and inspiring ideas.

We created the first private hotel chain in Bulgaria in 1999. Sharloпов Hotels is also the first Bulgarian hotel chain to expand its presence in Europe with the opening of the Palmenwald Schwarzwaldhof SPA and Wellness Hotel in Freudenstadt, Baden-Württemberg, Germany, in 2010.

- **BS:** Over the years of development, our main goal has been to establish Bulgaria as a year-round tourist destination with its exceptional natural riches, climate, mineral waters, cultural and historical heritage.

- **What distinguishes Sharloпов Group from its competitors?**

- **BS:** Ever since our first hotel was created, we have been trying to provide our guests with a sense of cosiness, of family-like atmosphere and warmth. It is really important for us that they feel comfortable and at ease in their “home away from home.”

- **ES:** For us, success has never been a reason or an excuse to stop in one place. On the contrary, the successes and recognitions we receive motivate us to continue to develop and invest in improvements, in higher quality, in more diverse services.

- **BS:** We create all our projects with a lot of experience

ни цел е една – щастливи и удовлетворени клиенти, които да се връщат отново при нас.

Тази година празнуваме 20-годишния юбилей на компанията ни и се надяваме следващите 20 години да бъдат още по-успешни и вдъхновяващи.

- Как бихте описали крегото на компанията?

- Б.Ш.: Колкото и клиширано да звучи, за нас клиентът е на първо място. Винаги сме били водени от желанието да предлагаме на нашите гости най-високо качество на обслужване, лично отношение и внимание. Позволявам си да цитирам думите на Махатма Ганди, които идеално пасват на нашето виждане за това кое е ценното и важното в нашия бизнес:

„Клиентът е най-важният посетител.

Той не е зависим от нас – ние сме зависими от него.

Той не прекъсва работата ни – той е нейната цел.

Той не е натрапник за бизнеса ни, а част от него.

Не ние му правим услуга като го обслужваме, а той прави услуга на нас като ни дава възможността да го обслужим.“

- Каква е вашата визия за бъдещето на компанията?

Предвиждате ли нови проекти и инвестиции и подобрения в съществуващите?

- Е.Ш.: „Шарлопов Груп“ вече е наложена и разпознаваема марка на българския пазар. Продуктите, които предлагаме, години наред говорят сами за себе си. Пред нас стои задачата да съхраняваме и надграждаме създаденото досега. Щастливи сме, че през последните 2 години успяхме да завършим два мащабни проекта по цялостното реновиране на „СПА хотел Девин“ и изграждането на съвсем нова хотелска част в „Парк хотел Пирин“, гр. Сандански, което не беше лесно и отне доста време и ресурси. Но мисля, че резултатите си заслужават.

- Б.Ш.: От известно време имаме една амбициозна идея, която се надяваме скоро да можем да реализираме. Искане ни се да създадем „Шарлопов Академи“ – място за обучение и развитие, което да създава висококвалифицирани специалисти в сферата на туризма. Това е нашият начин да дадем своя принос към бранша, който има огромна нужда от добре обучени професионалисти.

- Кои са най-големите предизвикателства, с които се сблъсквате в бизнеса днес?

- Е.Ш.: Една от големите трудности, с които нерядко се налага да се справяме, е намирането на добре обучени служители. Кадровият проблем в България, и по-конкретно в сферата на туризма, е сериозен и продължава да се задълбочава, заради което не бива да се подценява, а да се търсят конкретни решения.

Освен това, в основите на нашия бизнес винаги е стоял човешкият фактор. А както знаем, той е сложна, често непредвидима материя, съвкупност от различни емоции, ценности, идеи. За нас е важно служителите да се чувстват мотивирани и ангажирани с компанията, за да бъдат удовлетворени и гостатъчно ефективни в работата си. Това е важно и за двете страни. В този смисъл се опитваме да инвестираме нужното внимание и грижа, с които да показваме на нашите служители, че са ценени и имаме нужда от тях.

- Б.Ш.: Всяка компания е лишена от смисъл без своите служители. Предизвикателство е да успееш да изградиш и впоследствие да съхраниш добре работещ и сплотен екип, с който заедно да посрещате трудностите и успехите. Туристическите услуги непрекъснато се развиват, което изисква от нас надграждане и безкомпромисно качество на услугите, които предлагаме. Предизвикателствата са ежедневни, но пък те са тези, които ни мотивират да се усъвършенстваме и да продължаваме напред.

- Какво означава успехът за вас?

- Б.Ш.: Успехът не е нещо, за което да мислиш всеки ден и да го превръщаш в самоцел. Той е логично следствие от

Ваканционно селище Созопол, гр. Созопол



behind us and professionalism, but also with a lot of love. Our main goal is one – happy and satisfied clients who would come back to us.

This year we are celebrating the 20th anniversary of our company, and we hope that the next 20 years will be even more successful and inspiring.

- How would you describe the company's credo?

- BS: *It may sound as a cliché, but for us, the client comes first. We have always been driven by the desire to offer our guests the highest quality of service, personal attitude and attention. Let me quote Mahatma Gandhi's words, which perfectly fit our vision of what is valuable and important in our business:*

“The client is the most important visitor on our premises.

He is not dependent on us - we are dependent on him.

He does not an interruption of our work - he is the purpose of it.

He is not a rank outsider to our business - he is a part of it.

We are not doing him a favour by serving him, but he is doing us a favour by giving us the opportunity to serve him.”

- What is your vision for the future of the company? Do you envision new projects and investments and improvements to existing ones?

- ES: *Sharlopov Group is already a well-established and recognizable brand on the Bulgarian market. The products we offer have been speaking for themselves for years. We have the task of keeping and upgrading everything created so far. We are happy that in the last 2 years, we have been able to finalize two large-scale projects for the overall renovation of the Devin*



труда, който полагаш, от работата, която вършиш с ентузиазъм, удоволствие и отдаденост. За мен успех е да вървиш по пътя на живота си, без да губиш себе си и ценностите си.

- **Е.Ш.:** Успехът има различни измерения за различните хора. За мен успехът се крие в това да намираш щастие в простичките неща, които правят деня ти по-добър – събуждане с усмивка, удовлетвореност от завършен проект, нова идея, справяне с ново предизвикателство. Не разбирам успеха като еднократно събитие в живота ни. Успехът означава непрекъснато развитие и движение – поставяш си цел, постигаш я и преминаваш към следващата.

- **По-лесно или по-трудно успяват жените в бизнеса и има ли значение полът?**

- **Е.Ш.:** В съвременния бизнес половите стереотипи нямат място. Не харесвам делението на жени и мъже в бизнеса. Да, жените и мъжете в бизнеса, и не само, са различни като емоционалност, начин на мислене и вземане на решения, начин на комуникация. Важно е обаче тези различия да се разбират и да се използват рационално в различните ситуации.

- **Б.Ш.:** Струва ми се, че една от грешките, които често допускаме ние, жените, е да се опитваме да подражаваме на мъжете, когато правим бизнес. Това, освен че е трудно, в повечето случаи е безполезно и не води до желаните резултати. Убедена съм, че когато виждаш себе си като лидер, когато знаеш накъде си тръгнал и когато оставаш верен на своите принципи и идеи, фактът, че си жена, няма никакво значение. Мисля, че любовта на жената е едно голямо предимство, което насочено и трансформирано в бизнес начинание е горивото, от което има нужда всеки успешен бизнес. (1)

SPA Hotel and the construction of a brand-new hotel quarters in Pirin Park Hotel, Sandanski, which was not easy and took considerable time and resources. But I think the results are well worth it.

- **BS:** We have had an ambitious idea for a while, which we hope to be able to implement soon. We would like to create Sharloпов Academy – a place for training and development that creates highly qualified specialists in the field of tourism. This is our way of contributing to the industry, which is in dire need of well-trained professionals.

- **What are the biggest challenges you face in your business today?**

- **ES:** One of the big difficulties we often have to deal with is finding well-trained employees. The personnel problem in Bulgaria, in particular in the tourism sector, is serious and continues to deepen, which is why it should not be underestimated, but specific solutions should be sought.

In addition, the human factor has always been at the heart of our business. And as we know, it is a complex, often unpredictable matter, a set of different emotions, values, ideas. It is important for us that employees feel motivated and committed to the company in order to be satisfied and efficient enough in their work. This is important for both parties. In this sense, we are trying to invest the necessary care and attention in order to show our employees that they are valued and that we need them.

- **BS:** Every company is meaningless without its employees. It is a challenge to be able to build and subsequently retain a well-functioning and united team with which to meet the difficulties and successes together. Tourist services are constantly developing, which requires upgrading and uncompromising quality of the services we offer. The challenges are daily, but they are the ones that motivate us to improve ourselves and move forward.

- **What does success mean to you?**

- **BS:** Success is not something to think about every day and make it an end in itself. It is a logical consequence of your efforts, of the work you do with enthusiasm, pleasure and dedication. For me, it is a success to walk the path of your life without losing yourself and your values.

- **ES:** Success has different dimensions for different people. For me, it is finding happiness in the simple things that make your day better – waking up with a smile, being satisfied with a completed project, a new idea, coping with a new challenge. I do not understand success as a one-off event in our lives. Success means continuous development and movement – you set a goal, you achieve it, and you move on to the next one.

- **Is it easier or harder for women to succeed in business and does gender matter?**

- **ES:** In today's business, there is no place for gender stereotypes. I don't like the division of women and men in business. Yes, women and men in business, and not only there, are different in terms of emotionality, way of thinking and decision-making, way of communication. However, it is important for these differences to be understood and used rationally in different situations.

- **BS:** It seems to me that one of the mistakes that we, women, often make is trying to imitate men when we do business. This, in addition to being difficult, is in most cases useless and does not produce the results we want. I am convinced that when you see yourself as a leader, when you know where you are going, and when you stay true to your principles and ideas, the fact that you are a woman makes no difference. I think that the love of a woman is a great advantage, which, when directed and transformed into a business endeavour, is the fuel that every successful business needs. (2)



PHILIP MORRIS
BULGARIA EOOD

UNSMOKE YOUR WORLD.

ВРЕМЕ Е ЗА СВЯТ БЕЗ ДИМ

IT'S TIME TO UNSMOKE THE WORLD

Време е да насърчим усилията в световен мащаб, за да живеем в един свят без тютюнев дим, независимо дали като направим най-добрия избор и се откажем напълно от цигарите и никотина, или пък ако не можем да се откажем, като преминем към по-добра алтернатива.

Когато спрете да пушите, трябва да кажете сбогом не само на цигарите, но и на всички онези малки навици и привички като: цигарата със сутрешното кафе или чашата вино вечер, рутинното и успокояващо ровене в чантата, другарството и клюките между колеги и приятели, които пушат.

Това ни е ясно. Но нещата се променят в целия свят; и ние искаме да бъдем част от тази глобална промяна, като ускорим процеса на премахване на тютюневия дим в света и разказваме историите на хората, които са се посветили на мисията за изграждане на бъдеще без дим. Това е нашата кампания, наречена **UNSMOKE**.

Можете да я разглеждате като проект, целящ да обедини непушачите и пушачите. Ние, хората във Филип Морис Интернешънъл (ФМИ), искаме светът да знае, че мисията бъдеще без дим е възможна. **UNSMOKE** е една глобална кампания за премахване на дима от нашия живот и от живота на нашето семейство и приятели.

„**UNSMOKE** е креативният израз на нашето бъдеще без дим, заявява Мариан Залцман, старши вицепрезидент Глобални комуникации във ФМИ. -За мен успехът е гумата **UNSMOKE** да стане част от езика по света и идеята, че Филип Морис Интернешънъл донесе годината, в която се премахна димът.“

It's time to champion global efforts to live in a smoke-free world, whether by making the best choice, quitting cigarettes and nicotine altogether, or for those who don't quit, changing to a better alternative.

It's not just the cigarettes that you have to say goodbye to when you stop smoking, but all those little habits and experiences. That cigarette with the morning coffee or an evening glass of wine, the comforting routine of reaching in your bag, the camaraderie and gossip to be had among fellow colleagues or friends who smoke.

We get that. But around the world, things are evolving; and we want to be a part of that, accelerating drives to rid our world of smoke, sharing the stories of those who have committed to a smoke-free future. This is our campaign: we're calling it **UNSMOKE**.

Think of it as a project to unite nonsmokers and smokers alike. We, the people of Philip Morris International (PMI), want the world to know that there can be a smoke-free future. **UNSMOKE** is all about getting smoke out of our life or the lives of our family and friends.

“**UNSMOKE** is the creative expression of our smoke-free future,” says Marian Salzman, Senior Vice President Global Communications. “For me, success is the word unsmoke being institutionalized in languages around the world, and the idea that Philip Morris International brought you the year of Unsmoking.”

Оценката на здравните технологии е сравнително нова мултидисциплинарна наука, която подпомага вземането на решения. Изследват се ползите от даден медикамент, икономическия ефект от неговата употреба, което галеч надхвърля анализа на неговата цена, изчисляват се също непреките ползи и разходи, правят се сравнения с медикаменти, които вече се използват за лечение на същото състояние или целевата група пациенти. Обикновено новите медикаменти са по-ефикасни, но са и по-скъпи. Взимащите решения искат да знаят отношението на добавения разход към добавената полза. Най-чест ползвател на такива анализи са здравноосигурителни фондове, министерства, национални агенции, но все по-често и инвестиционни фондове, обяснява д-р Славейко Джамбазов. Той разглежда слабите и силните страни на здравеопазването и на развитието на здравните технологии в България, като дава и препоръки:

The healthcare technology assessment is a relatively new multidisciplinary science, which supports decision-making. It studies the effectiveness of a certain medicine, the economic effect of its use, going far beyond its pricing analysis, the indirect benefits and costs are also calculated, comparisons are made with medications, which are already used for treatment of the same condition or the target patient group. Usually, the new medications are more efficient but also more expensive. Decision makers want to know the added cost / added benefit ratio. The most frequent users of such analyses are health insurance funds, ministries, national agencies, but more and more often investment funds, Dr. Slaveyko Djambazov explains. He examines the weaknesses and strengths of healthcare and the development of healthcare technologies in Bulgaria, and also gives his recommendations:

Д-р Славейко Джамбазов: Културата изяжда здравната стратегия за закуска

Здравеопазването в България страда от липсата на задълбочено планиране. Правят се резки движения, без ефектът от тях да е преценен

Healthcare in Bulgaria suffers from lack of detailed planning. Swift movements are being made without assessment of the outcomes

Dr. Slaveyko Djambazov: **Culture Eats Healthcare Strategy for Breakfast**

Татяна Явашева  Tatyana Yavasheva

Завършил съм медицина, но нямам никаква лекарска практика и затова поставянето на диагнози не е моя сила. Като експерт по оценка на здравни технологии и здравни инвестиции в други държави и на други континенти, но и като инвеститор виждам, че секторът е изключително непредвидим. В България се правят резки движения, без ефектът от тях да е добре преценен. Липсва задълбочено планиране. Мои колеги и партньори са собственици на кораби и от тях знам, че ако навиеш наляво руля на кораба сега, той ще завие след около 7 км, а ние въртим руля като волан на Порше. В резултат на това пациентите страдат най-много, а на „моряците“ постоянно им е лошо и им се вие свят.

Моделът

Според мен солидарният осигурителен модел е добър за България - богатият плаща за бедния, здравият за болния, плащат всички, ползват тези, които имат нужда. Той може да бъде подобрен, което не означава смяна на модела. Парите, които се отделят за здравеопазване от нас, осигуряващите се, са недостатъчни и това обуславя постоянната нужда от доплащане - за лекарства, за медицински изделия, диагностика, гоболнично

I graduated in Medicine but I never practiced and that is why diagnostics is not my strength. As an expert in healthcare technology assessment and healthcare investment in other countries and other continents, and also as a private investor, I see that the sector is extremely unpredictable. In Bulgaria, swift movements are made without assessment of the outcomes. There is no in-depth planning. I have colleagues and partners who own ships, and I know from them that if you turn the ship's wheel to the left at a given moment, the ship will turn after around 7 km, and we turn the wheel like a Porsche's steering wheel. As a result, the patients suffer the most, and the "sailors" are constantly being sick and dizzy.

The Model

In my opinion, the solidarity-based insurance model is good for Bulgaria – the rich pay for the poor, the healthy for the sick, everyone is paying, and those in need, use it. The model can be improved, which does not mean changing it. The money spent on healthcare by us, the insured people, is insufficient, and this determines the constant need for out-of-pocket payments – for medicines, medical devices, diagnostics,



Д-р Славейко Джамбазов притежава международна експертиза като консултант за здравни политики, управление на мрежи от лечебни заведения, фармацевтично производство, стратегическо планиране и маркетинг. Доктор на науките в областта на оценката на здравните технологии, има MBA от Американския университет и магистратури по медицина и обществено здраве, завършен курс при проф. Портър и проф. Каплан в Harvard Business School за измерване на ползите в здравеопазването. Ангажиран е като консултант, член на борд, съветник или инвеститор в множество компании. От 2017 г. консултира развитието на здравните и осигурителните системи в няколко африкански държави.

Dr. Slaveyko Djambazov is internationally recognised as a consultant in healthcare policy advisory, healthcare management, management of network of hospitals, pharmaceutical production, strategic planning and marketing. He is a PhD in Health Technology Assessment, has an MBA from the American University in Bulgaria and a Master's in Medicine and Public Health; he has completed an executive course with Prof. Porter and Prof. Kaplan at the Harvard Business School on value measurement in healthcare. He is engaged as a consultant, board member, advisor, or investor in numerous companies. Since 2017, he has been advising the development of healthcare and social security systems in several African countries.

или болнично лечение. Имаме претенции за качество, но вноската не е мръднала нагоре и няма как то да бъде осигурено с наличните средства. В същото време изискванията нарастват, политиците създават илюзията, че обществените средства стигат, и това подхранва конфликта в системата. Така заживяваме в шизофренна ситуация, но и не предприемаме нищо съществено за промяна.

Оздравяване

Има различни модели, чрез които може да се осигури допълнително финансиране, тъй като и в момента хората доплащат от своя джоб. Има обаче недоверие в способността тези средства да се управляват грамотно. И основната причина е, че не измерваме какво получаваме срещу всичко това. Процесът е труден и отнема време. Ако започнем през 2019 г., ще имаме пър-

outpatient or inpatient treatment. We have claims for quality, but the amount of the instalments has not increased and it cannot be secured by the available funds. At the same time, requirements are on the rise, politicians create the illusion that public funds are enough, and this is fuelling the conflict in the system. This is how we live in a schizophrenic situation, but we do not do anything meaningful to change it.

Healing

There are different models that can provide additional funding, since people are currently paying extra money from their own pocket. However, there is a lack of trust in the ability of public bodies to manage these funds thoughtfully. And the main reason is that we do not measure what we get for all this. The process of introducing measurement is

вите данни за значимите заболявания след 3 до 5 години. Мнозина считат, че самото събиране на данните е достатъчно, но истинското предизвикателство е в тяхната обработка и анализ, а у нас не разполагаме с голям брой специалисти в тази област. Измерването на резултатите в здравеопазването е въпрос по-скоро на култура, начин на мислене и самокритичност. А културата изяжда стратегията за закуска (Питър Дракър).

Добри идеи

Добри идеи има навсякъде, включително и у нас. Обикновено те са следствие от умни и последователни действия, чиито резултат може да бъде измерен. В Ангола отсега със старта на реформите започват да мерят резултатите - здравни и значими за пациента за някои заболявания. В Етиопия има доста добри и разумни основи на лекарствена политика, в Руанда имат електронно здравно досие, при това достъпно от обикновени мобилни телефони, а не смарт устройства. В някои азиатски държави въвеждат оценката на здравните технологии като критерий за инвестиции в здравеопазването и като преценка за промени на съществуващи инвестиционни проекти. Има и много неуспешни примери, които често са по-добър учител от успехите - например премахването на потребителската такса за посещение при лекар в Чешката република или опитът на Дания с механичното въвеждане на електронно здравно досие по модела на САЩ, без необходимата адаптация. Важният урок е, че не бива да спираме да учим, при това от най-добрите в света - вече не е скъпо и недостъпно, а е въпрос на осъзнати потребности и организация. Екипът, с който работя, е предимно от българи, които постоянно посещават международни курсове и обучителни сесии и повишават квалификацията си. Въвеждаме нови методи и подходи, които предоставяме на чуждестранни клиенти. Те обаче изпреварват значително разбирането и търсенето на местния пазар, но ние сме оптимисти и вярваме, че променяме средата към добро.

По-здравословен климат

Когато за здравеопазването се говори само като за



difficult and takes time. If we start in 2019, we will have the first data on major diseases in 3 to 5 years. Many believe that the collection of data itself is enough, but the real challenge is in its processing and analysis, and in Bulgaria, we do not have a large number of specialists in the field. Measuring outcomes in healthcare is a matter of culture, thinking, and self-criticism. And culture is eating the strategy for breakfast (Peter Drucker).

Good Ideas

Good ideas are everywhere, including in Bulgaria. They are usually the result of smart and consistent actions, the outcome of which can be measured. In Angola, with the start of reforms, they are beginning to measure outcomes – healthcare and patient-relevant ones for some diseases. In Ethiopia, there are quite good and reasonable bases of drug policy; in Rwanda they have and use an electronic health record, which is even available on ordinary mobile phones, not on smart devices. In some Asian countries, health



Д-р Славейко Джамбазов и неговият екип в София

” Здравето-
пазването е
дългосрочна
инвестиция

Healthcare
is a long-term
investment “

technology assessment is introduced as a criterion for investment in healthcare and as an assessment of changes to existing investment projects. There are also many failures, which are often a better teacher than successes – such as the removal of the consumer fee for a visit at the doctor's in the Czech Republic or Denmark's experience with the mechanical introduction of a US-based e-health record without the necessary local adaptation. The important lesson is that we should not stop learning, and we should learn from the best in the world – it is no longer expensive and inaccessible, but a matter of realized needs and organization. The team I work with consists of mostly Bulgarians, who are constantly attending international courses and training sessions and raise their qualifications. We introduce new methodologies and approaches that we provide to international clients. However, these are significantly ahead in the understanding and demand of the local market, but we are optimistic and believe we are changing the environment for the good.

Healthier Climate

When healthcare is only discussed in terms of brilliant successes, which are of little importance to the average citizen and patient, or primarily of financial criteria, assessments, control, and savings, we cannot expect intellectual and moral growth. Rich and influential people have access to healthcare anywhere in the world, but civilized social societies also care for the ordinary person. Healthcare is a long-term investment and we cannot expect its planning and implementation by people with short-term thinking.

Voices are heard that there is not enough data in Bulgaria for health technology assessment or outcome measurement, and I agree that there is a need for improvement and constant work, but there is no lack of information and specialists in this field. Bulgaria could potentially be a source of ideas, which could find world-wide application, and there are examples for this. For now, we are good at providing services that are often competitive, but we are having difficulty with a real innovation contribution or a significant industrial scale. (↔)

блестящи успехи, които имат малко значение за средностатистическия гражданин и пациент или предимно и само за финансови критерии, оценки, контроли и спестявания, не може да очакваме интелектуално и морално израстване. Богатите и влиятелните имат достъп до здравеопазване навсякъде по света, но цивилизованите социални общества имат грижа и за малкия човек. Здравеопазването е дългосрочна инвестиция и не може да очакваме нейното планиране и осъществяване от хора с краткосрочно мислене.

Чуват се гласове, че в България няма достатъчно данни за провеждане на оценка на здравните технологии и аз съм съгласен, че има нужда от подобрене и постоянна работа, но информация и специалисти в тази област не липсват. България потенциално може да бъде източник на идеи, които да намерят световно приложение, и има примери за това. Засега у нас сме добри в предоставянето на услуги, които нерядко са конкурентни, но се затрудняваме с истински иновационен принос или значим индустриален мащаб. (↔)



Дигиталният живот на бранга

The Digital Life of a Brand

Тони Григорова  Tony Grigorova

Пазарите не са това, което бяха. Духа все по-силен вятър на промяната. Бранговете нямат застраховка Живот. Става все по-сложно за тях в нарастващата динамика и технологичния натиск.

Вчерашният модел

Брангът е всичко, което се асоциира с търговската марка и което напомня за дадена компания или за неин продукт. Брангът създава разпознаваемост за себе си и своите продукти и именно това „приятелство“ носи доба-

Markets are not what they used to be. An ever-stronger wind of change is blowing. Brands do not have Life insurance. The situation is getting more and more complicated for them because of the increasing dynamics and technological pressures.

Yesterday's Model

The brand is everything that is associated with the trade mark and which is reminiscent of a company or its



**Интернет
прави цялостно
пренареждане чрез
скритата сила на
технологиите**

*The Internet
causes a complete
rearrangement, due to
the hidden power of
technology*

вена стойност и за двете страни в покупко-продажбата. Потребителят вярва, че брендът гържи на качеството и го гарантира. Затова проучванията убедително потвърждават, че клиентът е склонен да плати повече за любимата марка, понякога това „повече“ е в пъти повече. Това спомага компаниите бързо да възвръщат инвестициите в развитие на бранда и на съответните стоки и услуги, влагайки значителни средства за маркетинг и реклама. Поне довчера.

Вятърът на промяната

В изобилието от предложения на пазара брендът е „котва“, която улеснява избора. Кои обаче оцелява в тази постоянна „война“ за вниманието и за парите на клиента... От интернет духа един засилващ своята интензивност вятър на промяната. Световните производители на масово потребявани стоки в продължение на десетилетия харчеха милиарди, за да създават влиятелен бранд, намерил място в съзнанието на всеки клиент. За целта

product. The brand creates recognition for itself and its products, and namely this "friendship" brings added value to both parties in the process of selling and buying. The consumer believes that the brand stands behind its quality and guarantees for it. Therefore, research convincingly confirms that the client is willing to pay more for their favourite brand, and sometimes this "more" is multiple times more. This helps companies quickly recover their investment in brand development and the corresponding goods and services by investing considerable resources in marketing and advertising. At least up until yesterday.

The Wind of Change

Amidst the abundance of offers on the market, the brand is an "anchor" that simplifies the choice. However, who manages to survive in this constant "war" for the attention and the client's money ... The Internet causes an intensifying wind of change. For decades, international

използваха всички възможни средства, като се започне от грижата за продукта, в това число и външния му вид, и се стигне до рекламно въздействие и позиционирането в магазина. Но пазарването все повече се пренася онлайн. В този случай се променя и фокусът на вниманието – продуктът трябва да бъде представян и продаван по друг начин.

Модерната механика

Интернет търговията прави цялостно пренареждане. Потребителите започват да се интересуват не толкова от бранда, колкото от цената. Те лесно сравняват кое колко струва, съпоставят и характеристиките на всяка стока и чак тогава правят своя избор. Импулсивните покупки в мрежата не са правило за разлика от пазарването в магазина, където често купуваме с очите, а не с разума си. Начините, по които става търсенето в интернет, предвещава смърт на брандовете, или по-скоро смъртта на повечето брандове, които не намерят начин в тази нова среда на пазарни отношения да влияят в своя полза върху избора на потребителя. В такъв случай търсачките ще имат решаващата роля чрез скритите си механизми да ограничават, да насочват и да фокусират избора на потребителя върху определени стоки и услуги. Търговците на гребно в магазина можеха умело да влияят на своите клиенти, като внимаваха да не изпуснат най-ценната разменна монета – доверието. При електронната търговия това вече е в „ръцете“ на алгоритмите. Търговските войни ще се водят виртуално чрез нови способности и някои вече успяха да укрепят позиции и да наложат господстваща роля, докато други гледаха на интернет просто като на средство за забавление, за бърза и удобна комуникация или просто като още един канал, по който да стигат до своите клиенти.

Раждането на технологиите

Неусетно технологиите изземат властта. В повечето случаи те са зад кадър и малцина са наясно какво точно правят. Но вече усещаме как те променят пазара и предлагането гори и на традиционните стоки, като променят и самите потребители. Да видим например какво се случи с музиката. В началото на дигиталната революция се твърдеше, че цифровизацията убива музиката. Но всъщност се намериха технологични решения и днес има различни начини, които „спасяват“ музиката, тъй като ръстът на продажбите в световен мащаб не спира да расте. Необходимостта създава технологията и тя подготвя пъзела по нов начин.

Пътят нагоре

Искат ли да растат, брандовете трябва да имат ново поведение. Правят го тези, които са усетили вятъра на промяната и са предприели правилните стъпки. Някои от големите ще станат най-големи. Много брандове ще изчезнат и на тяхно място ще се появят други. Вятърът на промяната ще продължи да духа и много компании, ако не бъдат погълнати, просто ще останат встрани от пътя. Дигиталната ера пише своите нови правила за пазарен успех. Пътят нагоре във финансовите резултати ще налага устремилите се напред да заемат нови и нови части от веригата на стойността, да прилагат иновативни решения, които никога преди тях не си е и помислял да въведе.

Промяната е мъртвото възвращение, което ни вкарва в дълбокото, и връщане назад няма... (1)

manufacturers of mass-consumed goods have been spending billions to create an influential brand that has found a place in every client's mind. For this purpose, they used all possible means, ranging from product care, including its appearance, to advertising and store merchandising. But shopping is increasingly switching to the online space. In that case, the focus of attention also changes - the product has to be presented and sold in a different manner.

Modern Mechanics

E-commerce rearranges things completely. Consumers are becoming less interested in the brand than in its price. They easily compare how much everything costs, compare the characteristics of each product, and then make their choice. Impulsive shopping online is not the rule, unlike brick store shopping, where we often buy with our eyes, not with our mind. The ways in which the Internet search occurs lead to the demise of brands, or rather to the deaths of the majority of the brands which are unable to find a way in this new market environment to influence the consumer's choice to their benefit. In such case, search engines will have the crucial role of hiding, directing, and focusing the consumer's choice on certain products and services through their hidden mechanisms. Retailers in the brick stores could skilfully influence their customers, being careful not to omit the most valuable means of exchange - trust. In e-commerce, this is already in the "hands" of algorithms. Commercial wars will be virtually waged by new means, and some have already succeeded in consolidating positions and imposing a dominant role while others viewed the Internet simply as a means of entertainment, for fast and convenient communication, or simply as another channel to reach their customers.

The Birth of Technology

Unnoticeably, technology takes over. In most cases, it remains behind the scenes and few know exactly what it does. But we already feel how it changes the market and the supply even of traditional goods, changing the consumers themselves. Let's see, for example, what happened to music. At the beginning of the digital revolution it was claimed that digitalization kills music. But actually, technological solutions have been found, and today there are different ways to "protect" music, as there is a constant rise in sales growth on a global level. The need creates the technology and it arranges the puzzle in a new way.

The Way Up

If they want to grow, brands have to adopt a new behaviour. The ones who have sensed the wind of change are doing it, having taken the right steps. Some of the big ones will become even bigger. Many brands will disappear and others will appear in their place. The wind of change will continue to blow, and many companies, if not swallowed, will just stay out of the main path. The digital era is writing its new rules for market success. The way up in the financial results will force the ones who aspire to walk it to take over new and new parts of the value chain, to implement innovative solutions that no one has previously thought of introducing.

Change is the ground-swell that drags us into the deep, and there is no going back ... (1)

The logo consists of a large, 3D, red letter 'A' followed by a smaller, black, 3D number '1'. The 'A' is positioned to the left of the '1', and both are set against a white background.

A1

A woman with long, wavy brown hair is shown in profile, smiling and looking down. She is wearing a dark brown jacket and blue jeans with a leopard-print belt. She has white headphones around her neck. Her right hand is raised, palm facing forward, as if reaching out. The background is a blurred cityscape at dusk or dawn. Overlaid on the scene are vibrant, flowing orange and red light trails that create a sense of motion and energy.

5G future for immense opportunities

#5GFuture

A1 Bulgaria has been granted with temporary permission for 5G network frequencies in Bulgaria and starts working towards implementing the new technology. For more information visit [A1.bg](https://www.a1.bg).



РЕКЛАМА

В точното време с точния адресат

Нарастват възможностите за таргетиран достъп до потребителите. Кой и как се възползва от това

Тони Григорова  Tony Grigорова

Когато напишем дума в Google, се отваря необятна зала от алгоритмични огледала без начало и без край, отразяващи всичко и навсякъде. В този безкраен дигитален аукцион кое ли стига до нас? Нека обърнем внимание как интернет и социалните медии влияят на хората – върху избора, който правят, а и изцяло върху всички аспекти от живота им. Глобалната мрежа е средство за комуникация, но и мощна машина за въздействие. Когато четем онлайн, не знаем кой стои зад тази информация и как точно тя стига до нас. Глобалната мрежа, макар и необятна, има технологичната възможност чрез „ехо камери“ да вкарва потребителя в информационна кутия –

Advertising at the Right Time to the Right Target

There are more and more possibilities to have a targeted access to consumers. Who and how benefits from that?

When we write a word in Google, we open an endless hall of algorithmic mirrors without a beginning or an end, reflecting everything and everywhere. In this endless digital auction, what reaches us? Let's look at how internet and social media has an influence on people – on the choices they make and on all aspects of their lives. The global network is a means of communication, but also a powerful engine for influence. When we read something online, we do not know who is behind this information and how it comes to us. The global network, albeit endless, has the technological capability through "echo cameras" to bring the user into a news box – of news, information, and even of advertising. It was internet technologies that enabled the emergence of the so-called programmatic advertising.



на новините, на информацията, а дори и на рекламата. Именно интернет технологиите дадоха възможност за появата на т. нар. програматик реклама (Programmatic advertising).

Тенденция

Програматик рекламата е най-актуалната тенденция, наричат я дори „горещият картоф“ на рекламната индустрия. Като концепция тя съществува от 15-ина години, развива се, използвайки възможностите, които дават интернет и новите информационни технологии. Всъщност този модел осигурява достъп до точните аудитории, в точното време и на точното място. Ако сте търговец на части за определена автомобилна марка, за вас е важно да ги предлагате на хора, които притежават такава кола, както и на съответните дистрибутори и сервизи, които ремонтират автомобили от този вид. Програматик рекламата позволява да оптимизирате бюджета си и да насочите посланието си само към онези, които биха имали интерес от него. Тази сравнително нова възможност за дигиталния маркетинг и реклама навлезе и в България.

Пог око

Не е тайна, че всеки в мрежата постоянно е следен от различни онлайн устройства, които събират данни за потребителите и тяхното поведение. Това, разбира се, става след формално разрешение, което често е по модела „или даваш съгласие, или не те допускаме до съответната информация, която търсиш“. Програматик рекламата позволява на рекламодателите да излъчват таргетирана реклама до точните за нея потребители на база техните интереси. Именно този сегмент в рекламната индустрия се развива твърде бързо в световен мащаб и има все по-голямо проникване заради неговите предимства. В момента това е тенденция в дигиталния маркетинг, но все повече се говори за програматик телевизия, програматик радио и изобщо за програматик въздействие. Само след няколко години тази тенденция

Trend

Programmatic advertising is the most current trend, it is even called the "hot potato" of the advertising industry. As a concept, it has existed for about 15 years, evolving by using the opportunities offered by the Internet and new information technologies. In fact, this model provides access to the right audiences at the right time and in the right place. If you are a spare parts dealer for a particular automotive brand, it is important for you to offer them to people who own such a car, as well as to the relevant distributors and repair shops who service such vehicles. Programmatic advertising allows you to optimize your budget and target your message only to those who would be interested in it. This relatively new opportunity for digital marketing and advertising has also been adopted in Bulgaria.

Under Surveillance

It's no secret that everyone on the web is constantly monitored by different online devices that collect data about users and their behaviour. This, of course, happens after a formal permission, which is often done under the model, "either you give your consent or we do not give you access to the relevant information you are looking for." Programmatic advertising allows advertisers to display a targeted ad to the right users based on their interests. It is precisely this segment of the advertising industry that is globally growing too fast and gains wider penetration because of its advantages. Currently, this is a trend in digital marketing, but there are more and more talks about programmatic TV, programmatic radio and programmatic influence in general. Just in a few years, this trend may turn out to be prevailing, and the main types of content offered to consumers to be tailored to everyone's personal interests. The media could also benefit from well-managed programmatic advertising and increase its revenue by attracting new advertisers and offering valuable content tailored to the audience's demands.

може да се окаже доминираща и основните видове съдържание, които се предлагат на потребителите, да отговарят на персоналните интереси на всеки. Медиите също биха могли да печелят от добре управляваната програматик реклама и да увеличат приходите си, привличайки нови рекламодатели и предлагайки стойностно съдържание, съобразено с търсенията на своята аудитория.

Обсег

Програматик рекламата може да се използва от почти всеки бизнес, например бързооборотни стоки, облекло и обувки, козметика, автомобили, авиокомпани, туризъм и хотелиерство. Тя е решение, което изисква съответни бюджети, и работи при клиенти, които имат много ясно селектирани целеви групи.

За всеки рекламодател е примамливо да разбере, че програматик рекламата дава възможност за проследяване действията на отделния потребител и за понасяне на най-точната и полезна за него информация в правилния момент. Това обаче означава добро взаимодействие между хора и технологии, както и постоянно развитие и усъвършенстване на машините и алгоритмите. Безспорно за всяка самолетна компания взаимодействието с клиента е важно. Ако някой търси билет до Париж, няма смисъл да му се предлага да лети до Ню Йорк. И ако той не е постоянно на път, едва ли има смисъл ремаркетингът да става в рамките на месец след това. Професионалистите и машините трябва заедно да програмират това по умел начин.

Препрограмване

Ключов момент в този вид близко взаимодействие с потребителя е наличието на по-задълбочени данни за неговото поведение. Програматик рекламата видимо носи улеснения, но се изисква задълбочаване на аналитичните данни, в което машините тепърва ще напредват. Програматик рекламата все още не е за всеки бранд. Достъпът до платформите за автоматизирано купуване на реклама, както планирането, управлението и анализът на подобна кампания засега е по джоба само на определени брандове с възможности. Програматик рекламата изисква препрограмване на мисленето и на действието. Налага се да откриете точния партньор и с него да работите в пълен синхрон и с открити карти.

Програматик рекламата не е мода, която ще отmine или ще ни подmine. Тя е тенденция, която ще разширява своя периметър. Това обаче предполага потребителите да стават по-предпазливи за „ехото“, което ще се появява в отговор на техните търсения. (1)

Scope

Programmatic advertising can be used by almost every business, such as FMCG, apparel and shoes, cosmetics, automobiles, airlines, tourism and hotels. It is a solution that inquires appropriate budgets and works for clients who have very clearly defined target groups.

It is tempting for every advertiser to know that programmatic advertising allows you to track the actions of the individual user and to provide the most accurate and useful information at the right time. However, this means good interaction between people and technology, as well as constant development and improvement of machines and algorithms. Undoubtedly, for each airline, interaction with the customer is important. If someone is searching for a ticket to Paris, it makes no sense to offer them to fly to New York. And if one is not always on the road, there is little point in remarketing being done within a month thereafter. Professionals and machines need to program this together in a smart way.



Reprogramming

A key point in this type of close interaction with the user is the availability of more in-depth data about his behaviour. Programmatic advertising clearly has benefits, but it requires deeper examination of the analytical data in which machines are yet to progress. Programmatic advertising is not suitable for every brand yet. Access to automated ad buying platforms, as well as planning, managing, and analysing of such a campaign, is within the budget of only brands with appropriate resources. Programmatic advertising requires reprogramming of thinking and action. You need to find the right partner and work together in complete synergy, putting your cards on the table.

Programmatic advertising is not a fashion that will pass or pass us by. It is a trend that will expand its perimeter. This, however, suggests that consumers become more cautious about the "echo" that will appear in response to their searches. (2)

Петър Дяков и Любомир Атанасов: За дигиталните технологии и бизнеса

Дигиталните компании SEOMAX и Tendrik се сляха в началото на тази година. Потърсихме техните собственици – Петър Дяков и Любомир Атанасов, да ни разкажат малко повече за причините и предизвикателствата, свързани с това решение.

Petar Dyakov and Lyubomir Atanasov: About Digital Technologies and Business

The digital companies SEOMAX and Tendrik merged earlier this year. We spoke with their owners – Petar Dyakov and Lyubomir Atanasov to tell us a little bit more about the reasons and the challenges related to this decision.

Официално обявихте сливането на двете дигитални агенции в началото на годината. Какви промени настъпиха през първото тримесечие, освен обединяването на екипите?

П.Д. Успяхме да сравним добрите практики и на двете компании, като се постаряхме при новите процеси да вземем най-доброто и от двете агенции.

Л.А. Мога да допълня, че всъщност ние трябваше да започнем да изграждаме една нова компания, обединявайки двете, и понеже обемът на компанията стана доста по-голям от преди, трябваше да създадем чисто нови работни процеси, канали за комуникация и нови правила за работа.“

- Каква инвестиция наложиха промените?

Л.А. Да започнем с най-трудната - това беше времето и усилието ни да изградим тези вътрешни процеси, също да обособим помещенията и да изградим каналите за комуникация. Другата част от инвестицията беше финансовата, която беше нужна, за да оборудваме и брандираме офиса. Но смятам, че крайният резултат е повече от удовлетворяващ.

- По какъв начин се промени структурата на компанията и екипа?

П.Д. При обединението не се наложи да съкращаваме служители, дори точно обратното. Успяхме да идентифицираме нови позиции, от които преди това двете компании не са имали нужда. Стартирахме и стажантски програми, които дават възможност на хора, имащи желание да се развият в направленията за дигитален маркетинг, дизайн и уеб разработване.

- Кои е най-ценният капитал, който притежава SEOMAX?

Л. А. Аз съм на мнение, че най-ценният капитал, който притежаваме, са хората и екипът, който изградихме. Също така стажантите, в които инвестираме и се опитваме да изградим специалисти. Всичко това се случва с постоянни обучения, обсъждания, кейс стъдига,

You officially announced the merger of the two digital agencies at the beginning of this year. What changes have occurred in the first half of the year?

P.D.: We have managed to compare the good practices of both companies, making sure that we will take the best of both agencies in the new processes.

L.A.: I can add that in fact we had to start building a new company and as the company's size became much larger than before, we had to create new business processes, communication channels and new operating rules.

- What kind of investment was needed?

L.A.: Let's start with the hardest - it was our time and effort to build these internal processes, also to separate the premises and to build communication channels. The other part of the investment was the financial one we needed to equip the office, to make branding for the office. But I think the result is more than satisfying.

- How has the structure of the company and the team changed?

P.D.: We didn't have to dismiss employees. Contrariwise, we were able to identify new positions that the two companies did not need before. We also launched internship programs that enable people who want to develop in the areas of digital marketing, design, and web programming.

- Which is the most valuable capital for SEOMAX?

L.A.: I think that the most valuable capital we have is the people and the team we built. Also, the interns in which we invest and try to build specialists. All this happens with ongoing trainings, discussions, case studies, campaign tests, and lessons learned.



Петър Дяков (вляво) и Любомир Атанасов / Petar Dyakov (Left) and Lyubomir Atanasov

местове на кампании и изводи.

- Промени ли се фокусът ви върху поставените цели по някакъв начин и ако отговорът е „да“ – как?

Л.А. Да, нашият фокус се разшири, започнахме да гледаме към външния пазар, ориентирахме се към разширяване на нашите екипи, започнахме да мислим за разширяване на услугите ни и ограничаване на други, които досега сме имали.

П.Д. Мога да допълня, че започнахме първите стъпки по отварянето на нов офис в София и създаване на екип там. Целите ни са да започнем работа с още по-големи компании и утвърдени брандове.

- Каква добавена стойност предлага работата с вас на вашите клиенти?

П.Д. Помагаме на компанията да се възползва от възможностите, които интернет предлага, за постигането на техните бизнес цели. Нашият опит в развитието на успешни проекти в интернет и опит, натрупан чрез работата с клиенти от различни ниши, ни помага да вникнем в процесите и да помогнем на компанията да постигнат своите бизнес цели чрез дигитален маркетинг и представяне в мрежата.

- Какъв е резултатът от сливането на двете компании?

П.Д. Нашето сливане дойде в момент, в който пазарът на дигитални услуги в България започна да достига до зрялост и много от компанията започнаха да виждат възможностите, които интернет предлага. И двете компании достигнаха до една стабилност и обединението ни даде възможност да увеличим нашия капацитет да поемаме по-големи и амбициозни проекти, да повишим нашата експертиза и ноу-хау. (1)

- Has your focus changed on your goals in any way, and if yes, how?

L.A.: Yes, our focus has expanded, we have begun to look at the foreign market, we have focused on expanding our teams, and we have begun to think about expanding our services and limiting others that we have had so far.

P.D.: I can add that we started the first steps in opening a new office in Sofia and building a team there. Our goals are to start working with even larger companies and established brands.

- What added value do you offer to your customers?

P.D.: We help companies to take advantage of the opportunities the Internet offers so they can achieve their business goals. Thanks to our experience in developing successful projects and experience gained by working with clients from different niches, it helps us to understand the processes so we can help companies achieve their business goals through digital marketing and web presence.

- What is the result of the merger of the two companies?

P.D.: Our merger came at a time when the digital services market in Bulgaria began to mature and many companies began to see the opportunities that internet offers. Both companies have reached stability and the merger have enabled us to increase our capacity so we can work on larger and more ambitious projects, to increase our expertise and know-how. (2)

SERPACT:

В интернет успява най-добрият, а не най-големият

Serpact: On the Internet, the Best one Succeeds, not the Biggest

Представете си барокова зала в сграда с аристократична архитектура, множество картини, уникални мебели, осветление и други произведения на изкуството.

Представете си множество хора, облечени официално, разговарящи един с друг с чаша шампанско в ръка. Това е дигиталният елит на Европа - маркетинг специалисти от Стария континент, дошли да премерят сили и да се съревновават в сърцето на Европа - красивата Будапеща. Дошли да покажат кой е по-успешен и ефективен онлайн. В интернет средата, където единствената оценка на бизнеса е по това дали носиш резултати, дали следиш новостите в бранша, дали имаш находчива мисъл и разрешаваш проблемните казуси.

Именно на това събитие в зала Vigado присъстват Никола Минков (CEO на Serpact), Борислав Арапчев (SEO Strategist в Serpact) и Дидо Григоров (Head на SEO в Serpact) - част от екипа на SEO Агенция Serpact, тъй като са номинирани за награда в категорията „Best Use of Search - Gaming“ на European Search Awards 2019.

Efirbet е проектът, с който Serpact кандигатстват. От стотици фирми са номинирани само 5. Измежду тях са големи дигитални агенции от Великобритания, Германия, Русия. Измежду тези „лъвове“ е и сравнително младата българска SEO агенция с екип от 15 специалисти. Но за почти четири години от съществуването си тя доказва, че в интернет



Imagine a baroque hall in a building with aristocratic architecture, numerous paintings, unique furniture, lighting and other works of art.

Imagine a group of formally dressed people talking to each other with a glass of champagne in hand. This is the digital elite of Europe – marketing experts from the Old Continent, who came to go head to head and compete in the heart of Europe – the beautiful Budapest. They are here to show who is more successful and effective online. In an online environment where the only assessment of the business is based on whether you are delivering results, whether you are up-to-date with the latest trends in the industry, whether you have smart ideas and can solve problematic cases.

It is precisely this event in the Vigado Hall that Nikola Minkov (CEO of Serpact), Borislav Arapchev (SEO Strategist at Serpact) and Dido Grigorov (Head of SEO at Serpact) attend as part of the team of Serpact SEO Agency, due to their nomination in the category “Best Use of Search – Gaming” at the 2019 European Search Awards.

Efirbet is the project with which Serpact have applied. Out of hundreds of companies, only 5 have been nominated. Among them are large digital agencies from the UK, Germany and Russia. And among these “lions” is a relatively young Bulgarian SEO agency with a team of 15 specialists. But for its almost four years of existence, it has proven that the fastest, the most responsive and the



Дуго Григоров (Head of SEO в Серпакт ЕООД), Борислав Арапчев (SEO Strategist в Серпакт ЕООД), Никола Минков (Founder and CEO в Серпакт ЕООД) и Миклош Брайтнер (Founder and CEO на Business Monitor)

Dido Grigorov (Head of SEO at Serpact Ltd.), Borislav Arapchev (SEO Strategist at Serpact Ltd.), Nikola Minkov (Founder and CEO at Serpact Ltd.) and Miklos Breitner (Founder and CEO at Business Monitor)

успява най-бързият, адаптивният и най-ефективният. Освен участието си като единствената българска агенция на официално събитие на Гугъл в Цюрих - Google Dance Zurich 2018, Serpact е и единствената в света, акредитирана от Stone Temple Consulting, САЩ.

С проекта Efirbet тримата специалисти от България и екипът им показват внушителни резултати, постигнати за своя клиент - 34.2 милиона импресии, 215% нови потребители, +37 хиляди изпълнения на целите (реализации).

Вероятно сте чували този израз - когато специалистите по реклама вършат своята работа добре, това води до няколко положителни последствия. Фирмата се разширява и се създават предпоставки за нова работна ръка. Разбира се, възможен е и обратният сценарий, но при Serpact това не е така, защото екипът им реализира над 1000 успешни проекта по цял свят за по-малко от четири години! И това не остава незабелязано от европейския елит по маркетинг..

Финалът е по холивудски.

Водецията обявява: And the winner is... Serpact and Efirbet!!!

След еуфорията и огромната радост за момчетата остава удовлетворението, че наистина в интернет няма граници. Ако си упорит, ако можеш и знаеш, постигаш резултати - и ще бъдеш оценен. Не на последно място, това е пробив и оценка за нивото на част от българските специалисти в дигиталната среда. (V)

most effective succeed on the Internet. In addition to its participation as the only Bulgarian agency at the Google's official event in Zurich, Google Dance Zurich 2018, Serpact is also the only agency in the world accredited by Stone Temple Consulting, USA.

With the Efirbet project, the three specialists from Bulgaria and their team show impressive results achieved for their client – 34.2 million impressions, 215% new users, +37,000 goal achievements (realizations).

You've probably heard the phrase – when advertising specialists do their job well, this leads to a couple of positive results. The company is expanding and creating preconditions for new workforce. Of course, reverse scenarios are also possible, but this is not the case with Serpact because its team has completed over 1000 successful projects worldwide in less than four years! And this does not go unnoticed by the European marketing elite...

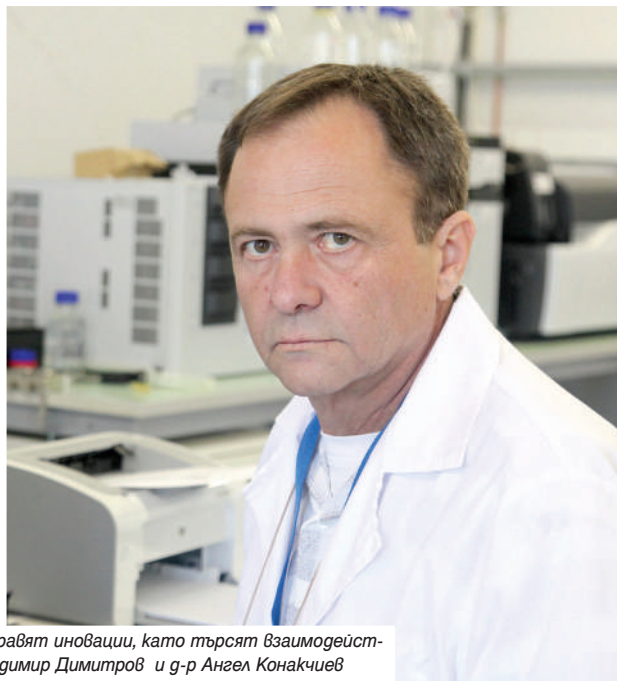
The Finale is in a Hollywood Style

The host announces: And the winner is... Serpact and Efirbet!!!

After the euphoria and the great joy for the boys, the satisfaction remains that there are really no boundaries on the Internet. If you are persistent, if you are able and knowledgeable, and if you achieve results – you will be appreciated. Last but not least, this is a breakthrough and an assessment of the level of the Bulgarian specialists in the digital environment. (V)



Красимир Свраков © Krasimir Svrakov



За да се развият, малките фирми трябва да правят иновации, като търсят взаимодействие с научните звена, уверяват проф. Владимир Димитров и д-р Ангел Конакчиев

In order to develop, small businesses have to innovate by seeking interaction with science units, assert Professor Vladimir Dimitrov and Dr. Angel Konakchiev

От билката до хапчето

From the Herb to the Pill

Яна Колева  Yana Koleva

Вода от чешмата се предлага на срещите в Хелзинки, организирани от финландското председателство. Вода от чешмата спокойно може да пием и в София, защото показателите ѝ отговарят на всички европейски изисквания, показват изследванията на Лабораторията за разработване и охарактеризиране на фармацевтични форми и „In silico“ дизайн. Научното оборудване, с което тази лаборатория разполага, може да установи и произхода на най-различни храни и напитки – например на вино, месо, плодове и зеленчуци.

Tap water is offered at meetings in Helsinki organized by the Finnish Presidency. We can also drink tap water in Sofia without worries because its parameters meet all the European requirements, according to the research of the Laboratory for Development and Characterization of Pharmaceutical Forms and In Silico Design. The scientific equipment available in this lab can also identify the origins of a variety of foods and beverages, such as wine, meat, fruit and vegetables.

Сила от лечебните растения

България е богата на билки и ако използваме своя научен потенциал, от тях може да направим револю-

„Ин витро“ лабораторията може да е в помощ на различни сфери на бизнеса, сред които фармация, козметика, фитозащита, казва д-р Цветелина Загорчева

The In Vitro Laboratory can help in different business areas, including pharmacy, cosmetics, phytoprotection, Dr. Tsvetelina Zagorcheva says





Българските учени са в състояние да направят чудеса, стига някой да им възложи конкретна задача, твърди г-р Борис Киров

Bulgarian scientists are able to do miracles if someone gives them a specific task, Dr. Boris Kirov says



Ако произвеждате лекарствени форми, козметични продукти, храни или хранителни добавки, „In silico“ лабораторията може да провери ефикасността им, посочва г-р Ива Вълкова

If you are producing medicines, cosmetics, foods or supplements, the In Silico Laboratory can check their effectiveness, Dr. Iva Valkova says

Иновациите ще са път към нови пазари за българските фирми, уверяват учени от София Тех Парк и отварят вратите на четири лаборатории, в които се правят върхови разработки

ционни разработки. Няколко от специализираните лаборатории в София Тех Парк вече имат постижения в тази насока. Екстрактът от маточина може да служи като естествен консервант, който да измести някои от Е-тата в храните. С нов метод, разработен тук, ще удари частът на персоналните пробиотици. Ще се намери и лек за болести, които са бич за човечеството.

В последните години се наблюдава ренесанс в използването на природни продукти от лечебни растения, които повишават качеството на живот и имат превентивно действие срещу различни заболявания. Значителна част от лекарствата също се базират на лечебни растения. Такъв пример е галантаминът (нивалин), с лечебно действие срещу полиомиелит (детски паралич), който проф. Димитър Пасков изолира от блатно кокиче в средата на 50-те години на миналия век, разказва проф. Владимир Димитров, ръководител на Лабораторията за екстракции на природни продукти и синтез на биоактивни съединения. С помощта на учените българските лечебни и ароматични растения може да дадат отскок на не един бизнес. И наистина - тук по поръчка на клиенти от чужбина правят непознати на пазара продукти, които засега имат конфиденциалност. Знае се за ползите,

Strength from Medicinal Plants

Bulgaria is rich in herbs, and if we use our scientific potential, we can make revolutionary developments from them. Several of the specialized laboratories in Sofia Tech Park already have achievements in this direction. The lemon balm extract may serve as a natural preservative that can displace some of the E's in food. With a new method developed here, the time of personal probiotics will come. There will also be a cure for diseases that are a scourge of humanity.

In recent years, there has been a revival in the use of natural medicinal herbs that improve the quality of life and have a preventive effect on various diseases. A significant portion of medicines are also based on medicinal plants. Such an example is galantamine (nivalin), with a healing effect against Polio (Poliomyelitis), which Prof. Dimitar Paskov isolated from a marsh snowdrop in the middle of the 1950s, says Prof. Vladimir Dimitrov, Head of the Laboratory for Extraction of Natural Products and Synthesis of Bioactive Compounds. With the help of scientists, Bulgarian healing and aromatic plants can give the push

Innovations will be the way to new markets for Bulgarian companies, assure scientists from Sofia Tech Park and open the doors of four laboratories in which high-level developments are being made

които имат екстрактите от маточина и кантарион, но в София Тех Парк вече е направено първото задълбочено изследване на биологичната им активност. Тази лаборатория е важно звено в проекта „От билката до хапчето“ за създаване на прототипи на продукти чрез финансиране, отпуснато от София Тех Парк. „Ние не просто разполагаме с най-модерна апаратура, но и умеем да работим с нея. Можем да бъдем много полезни на бизнеса“, уточнява г-р Ангел Конакчиев, експерт в лабораторията. „За да се развият, малките фирми трябва да бъдат насърчени да правят иновации и да търсят взаимодействие с научните звена“, уверява проф. Димитров.

Взаимодействие

Проектът как билката да се превърне в ефикасно хапче интегрира възможностите на три лаборатории в София Тех Парк и включва уменията на нейните експерти. Лабораторията по екстракция предоставя екстракти от маточина и в „Ин витро“, върху клетъчни линии е тествана тяхната цитотоксичност и антиоксидантна активност. В „Ин витро“ лабораторията е тествана антибактериалната и антимикробиялната активност срещу 5 патогена. Друга част от проекта включва култивиране в биореактор на пробиотичен шам, изолиран от микробиолози от СУ. Биомасата е лиофилизирана, след което в „In silico“ лабораторията е вкарана в таблетки и разтворими напитки, като е запазена жизнеспособността на лактобацилите.

Гъбата *Trichoderma asperellum* SL-45 има качества, полезни при фитозащитата. Затова и екипът на „Ин витро“ лабораторията култивира тази гъба в отпадни води от производството на розово масло. Получената биомаса от култивираната гъба може да се използва като препарат, който потиска развитието на гъбни патогени върху растенията. Освен това тази вода е богата на феноли, които може да се извличат и вкарват в козметични продукти. „Ние може да сме полезни при оптимизацията на експерименталната постановка в различни сфери на бизнеса, сред които фармация, козметика, фитозащита“, уточнява г-р Цветелина Загорчева, експерт в „Ин витро“ лабораторията.

Лек срещу нелечими болести

Ензимът Ацетилхолинестераза е важен при провеждането на импулсите в централната и периферната нервна система. Лекарственото повлияване на неговите функции заема централна роля в терапията на болестта на Алцхаймер и Паркинсоновата болест, обяснява г-р Ива Вълкова, експерт в Лабораторията за разработване и охарактеризиране на фармацевтични форми и „In silico“ дизайн. Тук се правят изследвания, които може да доведат до откриването на лек срещу двете нелечими засега заболявания. Правят се изследвания, които ще подпомогнат създаването на нови лекарствени форми, а са и на път да открият средство, което да е в помощ при депресивни състояния. В тази лаборатория оборудването и експертизата са на най-високо ниво и в нея добре дошли са всички, които правят лекарствени форми, козметични продукти, храни или хранителни добавки, за да се уверят в тяхната ефикасност. Тук те може да намерят решение на много проблеми, които спъват иновативната дейност на фирмите.

Пробив в зраветопазването

Лабораторията по биоинформатика „Биоинфомтех“

to many businesses. And indeed, here, by order of clients from abroad, products are made, which are unfamiliar on the market and confidential for now. The benefits of extracts of lemon balm and St. John's wort are well-known, but Sofia Tech Park has already made the first in-depth study of their biological activity. This laboratory is an important unit in the project "From the Herb to the Pill" on prototyping of products through funding provided by Sofia Tech Park. "We do not just have the most up-to-date equipment, but we also can work with it. We can be very useful to the business," says Dr. Angel Konakchiev, an expert at the laboratory. "In order to develop, small companies have to be encouraged to innovate and seek interaction with scientific units," Prof. Dimitrov assures.

Interaction

The project how to turn a herb into an effective pill integrates the potential of three laboratories in Sofia Tech Park and utilizes the skills of its experts. The extraction laboratory provides extracts of lemon balm and the cell lines are tested in vitro for their cytotoxicity and antioxidant activity. In the In Vitro Laboratory is tested the antibacterial and antimicrobial activity against 5 pathogens. Another part of the project includes the cultivation in a bioreactor of a probiotic strain isolated by microbiologists from the University of Sofia. The biomass is lyophilized, and then, in



разработва специфичен метод за прочит на ДНК молекули, който позволява бърза „снимка“ на цялата среда, от която е взета пробата. Методът ще позволи да се предписват персонализирани пробиотици. Това научно постижение се очертава като световен пробив. Лабораторията има голям напредък и в проекта за бързото засичане на глутен в храните, който при някои хора причинява автоимунна реакция. Технологи-ята ще се патентова. „Нейно предимство е, че тестовете ще са бързи, но може да са и доста по-евтини от всичко, което се прави в момента“, посочва г-р Борис Киров от Лабораторията по биоинформатика. Тази лаборатория е връзка между специалистите по молекулярна биология и превръщането на научните резултати в работеща машина за клиниките и индустрията. Д-р Киров продължава работата си с iGEM - отбора за състезателно гено инженерство и синтетична биология. Новата разработка на студентите ще е фокусирана върху изследване на нови антибиотични субстанции.

„Учените са в състояние да направят чудеса, стига някой да им възложи конкретна задача. Българските предприемачи проявяват плахост при въвеждането на нови технологии, както и нежелание да правят рискови инвестиции в разработването на иновации. Ето защо държавата трябва да предложи начин, чрез който да се запълни липсващото звено между науката и бизнеса“, препоръчва г-р Киров. (1)

the In Silico Laboratory, it is inserted into tablets and soluble drinks while maintaining the viability of the lactobacilli.

The Trichoderma Asperellum SL-45 mushroom has qualities useful in phytoprotection. That is why the In Vitro Laboratory team also cultivates this mushroom in waste waters from rose oil production. The resulting biomass from the cultivated mushroom can be used as a substance that prevents the development of other fungal pathogens on plants. In addition, this water is rich in phenols that can be extracted and incorporated into cosmetic products. “We can be helpful in optimizing the experimental set-up in various business areas, including pharmacy, cosmetics, phytoprotection,” says Dr. Tsvetelina Zagorcheva, an expert at the In Vitro Laboratory.

A Cure against Incurable Diseases

The enzyme Acetylcholinesterase is important for the impulse conduction in the central and peripheral nervous system. The medicinal effect on its functions plays a central role in the treatment of the Alzheimer's and Parkinson's disease, explains Dr. Iva Valkova, an expert at the Laboratory for the Development and Characterization of Pharmaceutical Forms and In Silico Design. Studies are made here that can lead to the discovery of a cure against the two currently incurable diseases. Studies are under way to help create new forms of medicine and to find ways to help with depression. In this laboratory, the equipment and expertise are at the highest level, and everyone who makes medicines, cosmetic products, foods, or nutritional supplements is welcome to make sure they are effective. Here, they can find solutions to many problems that hinder companies' innovative activities.

Breakthrough in Healthcare

The Bioinfotech Bioinformatics Laboratory develops a specific method of reading DNA molecules that allows a quick “snapshot” of the entire environment from which the sample was taken. The method will allow for personalized probiotics to be prescribed. This scientific achievement is likely to emerge as a global breakthrough. The lab has also made great advancement in the project to quickly detect gluten in foods, which in some people causes an autoimmune reaction. The technology will be patented. “Its advantage is that the tests will be quick, but they may be much cheaper than anything that has been done so far,” says Dr. Boris Kirov from the Bioinformatics Laboratory. This lab is a link between molecular biology specialists and the transformation of scientific results into a working machine for clinics and industry. Dr. Kirov continues his work with iGEM, the team for competitive genetic engineering and synthetic biology. The new development of the students will be focused on the study of new antibiotic substances.

“Scientists are able to do miracles if someone gives them a specific task. Bulgarian entrepreneurs are shy about introducing new technologies, as well as reluctant to make risky investments in the development of innovations. That is why the state has to offer a way to fill in the missing link between science and business,” Dr. Kirov recommends. (2)



Как се става нация на иновациите

Формулата на Израел е да гради величие и бъдеще чрез наука и технологии, а не с природни ресурси



How One Becomes a Nation of Innovation

Israel's formula is to build grandeur and a future through science and technology and not by using natural resources

Татяна Явашева  Tatyana Yavasheva

Иновациите са локомотивът, който помага на една държава да израства и да е разпознаваема като лидер в новите технологии, да разкрива работни места и да задържа младите хора, да привлича чуждестранни инвеститори и да изнася високотехнологични продукти... Поне такъв е опитът на Израел, споделен по време на международната конференция InnoStart Forum 2019. Приложим ли е той в България?

Прилики и разлики

Населението на Израел е с два милиона повече, но те-

Innovations are the locomotive that helps a country grow and be recognized as a leader in new technologies, to create jobs and to keep the young people, to attract foreign investors and to export high-tech products... At least that is the experience of Israel, shared at the InnoStart Forum 2019 international conference. Is it applicable to Bulgaria?

Similarities and Differences

The population of Israel is two million more, but the



Създайте предприемаческа култура, искате ли да стимулирате развитието на икономиката – е съветът на Янив Гарти

If you want to stimulate the development of the economy, you should create an entrepreneurial culture - Yaniv Garti advises

риторията на България е пет пъти по-голяма. Нивата на безработица са много сходни. В Израел има демографски бум, но не и у нас. В Израел 50% от износа се пада на високотехнологични продукти, докато в България това е два пъти по-малко, сочат сравненията на Н. Пр. Ирит Лилян, посланик на Израел в България. Израел умее да споделя опит с приятели и нашите две страни имат обща история. Но спомените започват да избледняват и добрите връзки трябва да бъдат поддържани и обновявани, напомня посланикът.

Технологиите са двигател

Живеем в безпрецедентна епоха на промени. Когато погледнем най-големите предприятия в света, виждаме, че софтуерът и данните загърбват компаниите, които произвеждат най-ценните ресурси. Държавите започват да разбират, че бъдещето принадлежи на онези, които днес създават иновациите. Израел не е втората Силициева долина, а е първата нация на иновациите. Ние нямахме нищо, но когато нашите основатели създадоха Държавата Израел, те казаха, че тя е родена от една мечта, а е израснала от иновациите. Трябваше да сме новатори във всяка стъпка от нашия път. Създадохме невероятни земеделски технологии, развихме канковото

territory of Bulgaria is five times bigger. Unemployment levels are very similar. There is a demographic boom in Israel, but not in our country. In Israel, 50% of exports are high-tech products, while in Bulgaria the number is twice as low, according to the comparisons of HP. Irit Lillian, Ambassador of Israel to Bulgaria. Israel is used to sharing experiences with friends and our two countries have a common history. But the memories begin to fade and good connections have to be maintained and updated, the Ambassador reminds.

Technologies Are an Engine

We live in an unprecedented age of changes. When we look at the world's largest businesses, we see that software and data are overshadowing companies that produce the most valuable resources. Countries are beginning to understand that the future belongs to those who are creating innovation today. Israel is not the second Silicon Valley, it is the first nation of innovation. We did not have anything, but when our founders created the State of Israel, they said it was born out of a dream, but has developed by innovation. We had to be innovators in every step of the way. We created incredible agricultural technologies, developed drip irrigation, invented desalination of seawater ... We had to defend

напоиване, измислихме обезсоляване на морската вода... Трябваше да се защитим от съседите си, които ни превъзхождат по численост. Създадохме защитна стена, но трябваше да изградим и работеща икономика. През 70-те години на миналия век инфлацията в Израел достигна 400%. Трябваше да се превърнем в нация на иновациите, за да продължим да живеем. Първата поука беше да не създаваме иновации само за себе си, а за целия свят. Тогава глобалният бизнес ще инвестира в това, което правиш. Никои не дойде у нас, защото сме голям пазар, а защото смятаха, че разполагаме с технологии, идеи и човешки талант, който може да е полезен и за тях, разказва Хеми Перес - син на бившия израелски министър-председател и президент Шимон Перес; управляващ генерален съдружник и основател на Pitango Venture Capital.

Рецептата

Ако имаше рецепта как се постига това, което ние сме направили, можеше да ви я изпратим по имейл. Влизаме в кухнята и с налични съставки опитваме да сготвим нещо, което трябва да отговаря на вкуса на местните хора, посочва Янив Гарти, главен изпълнителен директор на Intel Израел. Той споделя опит, който може да ни насочи как да се превърнем в нация на иновациите и на стартиращия бизнес: „Израел е държава, създадена през 1948 г. Тя е само на 71 години. Отвън е разглеждана като хомогенна, но е изградена от мигранти от над 120 държави. Баща ми е роден в Пловдив, а майка ми – в Тел Авив, като родителите ѝ са от Полша. Според основателя Давид Бен-Гурион икономиката не се опира само на математиката и науката, а главно на културата. Затова създайте предприемаческа култура, искате ли да стимулирате развитието на икономиката“.

В свят на глобализация

Според Хеми Перес всяка страна може да се превърне в нация на иновациите. Не може да се копира това, което Израел прави, но може да се извлекат модели, които гругаде да работят. „Поканете световните предприятия да инвестират във вашата страна. Наемайте на работа младото поколение и го възнаграждавайте по начин, който да го мотивира да остане в родината. Когато чуждестранните компании идват при вас, те донесат своите технологии и създават възможности. Първоначално вашите предприемачи ще иновират вместо тях. Но постепенно с автоматизацията, интернет, въвеждането на изкуствен интелект ще започнете да създавате технологии за целия свят. В Израел имаме 350 глобални компании, които наемат учени и откриватели. Имаме 660 израелски компании на различни равнища в технологиите и във всички сектори те правят иновации. Всички те се конкурират и търсят таланти“, разказва Хеми Перес.

Скорост

Мускулите и мозъкът, които през 1984 г. извадиха Израел от кризата, бяха на Шимон Перес. За да гарантираме устойчивостта, повишихме БВП шест пъти, износа 11 пъти, а населението се удвои. Инвестициите в научна и развойна дейност нараснаха на 4,5%, като преди това бяха 1,3%. Около 85% от инвестициите бяха в иновации и те бяха движени от частния сектор. Решаването на задачата как да станеш иновативна нация не идва само от бизнеса или от правителството, нито само от частните или от неправителствените организации, а



ourselves from our neighbours who outgrew us in numbers. We built up a defence wall, but we had to create a working economy. In the 1970s, Israel's inflation reached 400%. We had to become a nation of innovation to continue living. The first lesson was not to create innovation just for ourselves, but for the whole world. Then the global business would invest in what you do. No one came to us because we are a big market but because they thought we had technology, ideas and human talent that could be useful to them, too", says Hemi Perez, son of former Israeli Prime Minister and President Shimon Peres, managing general partner and founder of Pitango Venture Capital.

The Recipe

If there was a recipe on how to achieve what we have achieved, we could send it to you by email. You step into the kitchen and with the ingredients you have you are trying to cook something that has to be to the liking of the local people, says Yaniv Garti, CEO of Intel Israel. He shares experience that can guide us on how to turn into a nation of innovation and start-up businesses: "Israel is a state founded in 1948. It is only 71 years old. Outside it is considered homogeneous, but it is built by migrants from over 120 countries. My father was born in Plovdiv and my mother - in Tel Aviv, while her parents are from Poland.



Според Хеми Перес всяка страна може да се превърне в нация на иновациите

According to Hemi Perez, each country can become a nation of innovation

е смесица. Израел е гъстонаселена страна, но от това произтичат много позитиви. Двигателят, който диктува скоростта и възможността да се движим по-бързо, е именно гъстотата на населението. Другите общества трябва да намерят своя начин за бързо придвижване. Днес трябва да тичаме постоянно, за да можем да постигнем своите мечти, казва още Янив Гартми.

Силата на мозъка

Как се създава технологична нация? Ето отговора на Хеми Перес: „Израел няма природни ресурси и всичко, което правим, трябва да дойде от силата на мозъка. Трябваша иновации, за да заселим селата и градовете си, трябваша ни и за отбрана и икономика. Всичко може да се направи чрез технологиите. Баща ми казваше, че най-големият принос на евреите към света е неудовлетвореността, която ни кара да опитваме да подобрим всичко. Ние разбрахме, че величие и бъдеще може да се градят с наука и технологии, а не с природни ресурси. Всяка нация на иновациите е мирна, защото придобиваш нужното чрез ума, а не го откъмваш от съседа. Иновациите ни правят силни. Чрез тях създаваме свят на победителите“.

Израел споделя своето ноу-хау. Но едно е да искаш да станеш нация на иновациите, друго е да можеш, трето е четвърто е да го направиш... 🗣️

According to the founder David Ben-Gurion, the economy is not just mathematics and science, but mainly culture. So, if you want to stimulate the development of the economy, you should create an entrepreneurial culture.”

In a World of Globalization

According to Hemi Perez, each country can become a nation of innovation. It is not possible to copy what Israel is doing, but patterns could be extracted which would be applicable elsewhere. "Invite international companies to invest in your country. Bring the young generation to work and reward it in a way that motivates them to remain in their homeland. When foreign companies come to you, they bring their technologies and create opportunities. Initially, your entrepreneurs will innovate instead. But gradually with automation, the Internet, the introduction of artificial intelligence, you will begin to create technologies for the whole world. In Israel, we have 350 global companies that hire scientists and inventors. We have 660 Israeli companies at different levels of technology and in all sectors, they are innovating. They all compete and look for talent," Hemi Perez says.

Speed

The muscles and the brain that took Israel out of the crisis in 1984 were of Shimon Peres. To ensure sustainability, we have increased our GDP six times, exports 11 times, and the population has doubled. Investment in R&D has grown to 4.5%, previously being 1.3%. About 85% of the investments were innovations and they were driven by the private sector. Solving the challenge of becoming an innovative nation comes not only from business, government, private or non-governmental organizations, but it is a mixture. Israel is a densely populated country, but there are many benefits stemming from that. The engine that dictates the speed and the ability to move faster is precisely the population density. Other societies need to find their way to move quickly. Today, we have to run constantly, so that we can achieve our dreams", Yaniv Garti says.

The Power of the Brain

How is a technological nation created? Here is Hemi Perez's answer: "Israel has no natural resources and everything we do must come from the power of the brain. We needed innovation to populate our villages and cities, and we also needed it for our defence and economy. Everything can be done through technology. My father said that the greatest contribution of Jews to the world is the frustration that makes us try to improve everything. We have realized that grandeur and future can be built on science and technology rather than by using natural resources. Every nation of innovation is peaceful, because you get what you need through the mind and not by taking it away from your neighbour. Our innovations make us strong. Through them we create a world of winners".

Israel shares its know-how. But one thing is to want to become a nation of innovation, another is to be capable of doing it, and third and fourth to actually do it ... 🗣️

Изкуственият интелект – закони или беззаконие

Роботите са в тихо настъпление. Време е да се мисли и за правната рамка на съвместното им съществуване с хората

Artificial Intelligence - Laws or Lawlessness

The robots have commenced a quiet offence. It is time to think about the legal framework for their coexistence with humans

Яна Колева  Yana Koleva

Роботът Sophia определя себе си като гражданин на света, а през 2017 г. Саудитска Арабия официално я удостои с ... гражданство. Това отгавна не е новина, а е само един от фактите, които показват, че изкуственият интелект започна своето тихо настъпление. Готови ли сме за съвместното бъдеще - адвокатско дружество „Попов, Арнаудов и партньори“ търси отговор за правните аспекти.

Защита

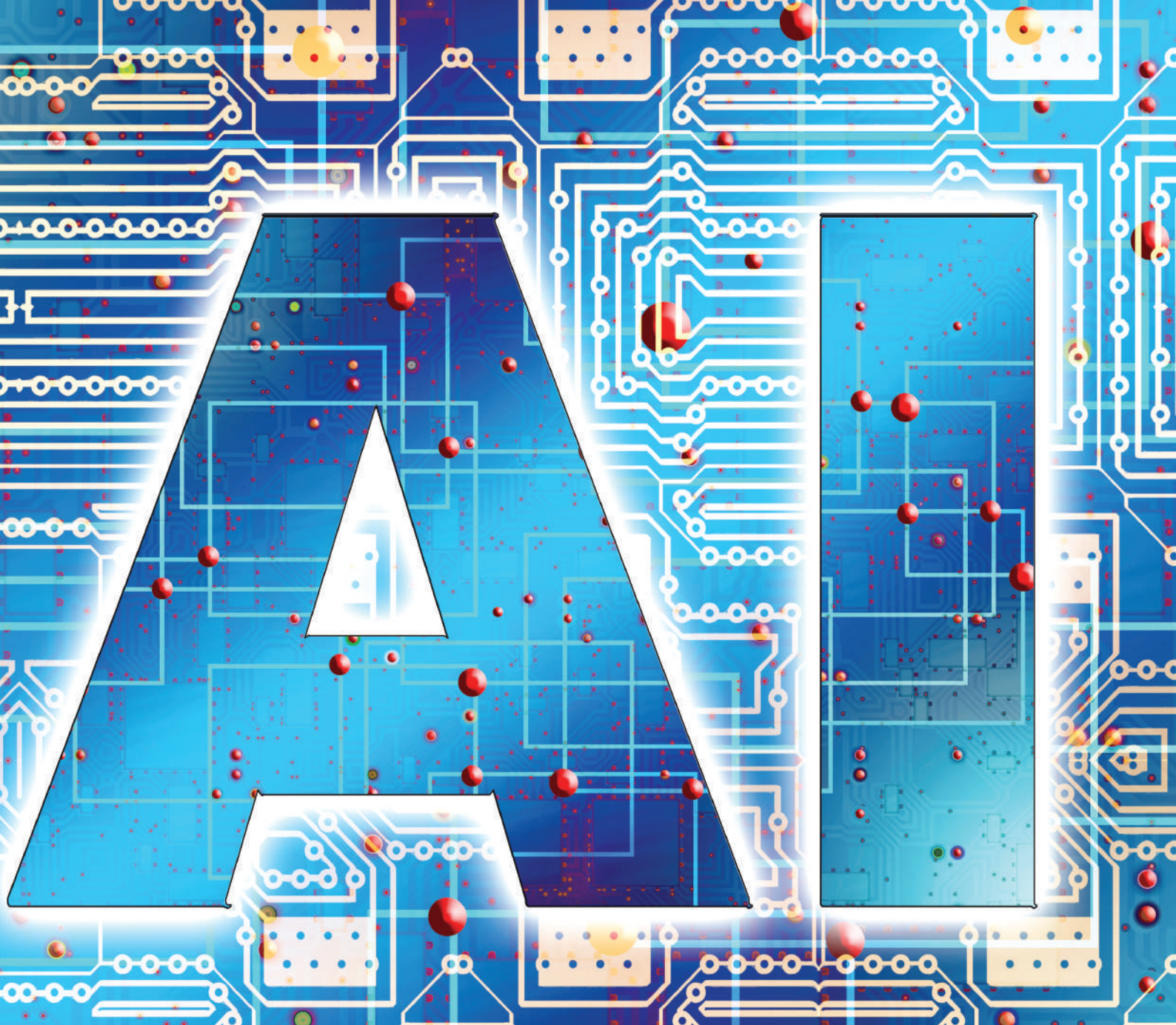
Развитието на изкуствения интелект поставя много въпроси и все още не е ясно каква правна защита може да имат разработките. В много случаи този суперсофтуер представлява вградено устройство. Затова все по-сложно ще е да се патентова, тъй като иновациите и в най-сложните технологии трябва да бъдат разбираемо дефинирани. Описанията на патентите трябва да подчертават видимите ефекти, които се генерират от изкуствения интелект. В по-добрия случай технологията е вградена във физически обект, който би могъл да

The robot Sophia defines herself as a citizen of the world, and in 2017, Saudi Arabia officially granted her.. citizenship. That is not news any more, but just one of the facts attesting to the artificial intelligence having begun its quiet offence. Are we ready for the joint future - Law Firm "Popov, Arnaudov and Partners" is looking for a legal answer.

Protection

The development of artificial intelligence raises many questions and it is still unclear what legal protection could the developments have. In many cases, this supersoftware comes as a built-in device. Therefore, it would become harder and harder to patent, as innovation even in the most sophisticated technologies must be clearly defined. Patent descriptions should highlight the visible effects generated by artificial intelligence. Best case scenario, the technology is embedded in a physical object that can be patented - these could be medical or other devices that perform





се патентова – това може да са медицински или други устройства, които извършват определени действия във физическа среда. Също така софтуерът може да бъде защитен чрез търговска тайна, недостъпна за хора извън компанията, която го развива. Аргумент срещу такава закрила е липсата на споделяне на прогреса, обясняват от „Попов, Арнаутов и партньори“. Защитата на изкуствения интелект може да стане и чрез обекти на авторското право. А ако собствеността се прехвърля, трябва да се внимава какво точно се записва в споразумението, като при възникване на спорове има различни пътища за тяхното решаване.

Авторските права

През 2016 г. романът „Денят, в който компютър написа роман“ (The Day A Computer Writes A Novel) достигна втория кръг на японския литературен конкурс Nikkei Hoshi Shinichi Literary Award и беше твърде близо до наградата. Оказва се, че 11 от 1450-те произведения, участвали в нагпреварата, са написани поне отчасти от нечовеци.

certain actions in a physical environment. Also, the software can be protected by trade secret, inaccessible for people outside of the company that develops it. An argument against such a protection is the lack of sharing the progress, “Popov, Arnaudov and Partners” explain. The protection of artificial intelligence can also be achieved by making it subject to copyright. And if the ownership is transferred, it should be carefully considered what exactly is included in the agreement, and, in case any disputes arise, there are different ways of resolving them.

Copyright

In 2016, the novel “The Day A Computer Writes A Novel” reached the second round of the Nikkei Hoshi Shinichi Literary Award and was really close to getting the prize. It turned out that 11 of the 1450 works that participated in the competition were written at least partially by non-humans. However, could such a piece be protected by copyright? According to the Bulgarian legislation, an author may be



Дали обаче таквоа произведение може да бъде защитено с авторското право? Според българското законодателство автор може да е физическо лице, което предполага, че трябва да е човек. Ще приемем ли, че изкуственият интелект е автор, или ще се съгласим, че е инструмент на автор? А може би такива произведения нямат авторство? Кои да притежава авторските права? Това са въпроси, на които първа ще се търси отговор. Досега различните юрисдикции, разглеждали проблема, или напълно отхвърлят авторството на такъв тип произведения, или дават авторските права на съзателя на компютърната програма. Ако изхождаме от принципа, че оригиналността трябва да отразява собствено интелектуално творение на човешко същество, създаденото от изкуствен интелект не би могло да има защита на авторските права. В страни като Индия, Нова Зеландия, Ирландия, Великобритания се приема, че авторското право принадлежи на програмиста, подпомогнал робота за създаването на съответното произведение.

Отговорност

Действията на изкуствения интелект може да доведат и до нарушения. В такъв случай кой носи отговорността? Би могло да се приеме, че производителят, операторът или собственикът на изкуствения интелект

a physical person assuming that one should be a human being. Should we assume that Artificial Intelligence is an author, or should we agree that it is an author's tool? Perhaps such works have no authorship? Who holds the copyright? These are questions that are yet to be answered. So far, the different jurisdictions that have addressed the issue either completely reject the authorship of such types of works, or give the copyright to the creator of the computer program. If we adhere to the principle that originality should reflect a personal intellectual creation of a human being, a piece created by artificial intelligence could not have copyright protection. In countries such as India, New Zealand, Ireland, the United Kingdom, it is assumed that the copyright belongs to the developer who helped the robot to create the work in question.

Responsibility

The acts of artificial intelligence could also lead to violations. Who is responsible then? It could be assumed that the manufacturer, the operator or the owner of the artificial intelligence is responsible, not the robot itself. The consequences can also be viewed as a faulty product. Responsibility can be borne by the creator of the artificial intelligence and by the one who trained it. It could also be



са отговорни, а не самият робот. Последствията може да се приемат и като грешка на някакъв продукт. Отговорността може да се носи от създателя на изкуствения интелект и от онзи, който го е обучил. Може да се мисли и за третирането му като електронна личност, щом той взема самостоятелни решения и има автономност. Несъмнено съществуващите го момента разпоредби все още не отчитат появата на изкуствен интелект.

През 2016 г. 136-килограмов охранителен робот блъсна и прегази, но без сериозни последствия, 16-месечно дете в търговски център в САЩ. Инцидентът е разглеждан като нарушение на първия закон на роботиката, формулиран от писателя фантаст Айзък Азимов - Роботът не може да причини вреда на човек или с бездействието си да допусне на човешко същество да бъде причинена вреда. Нямаме отговор как да накажем робот, извършил престъпление, и може ли той да попадне в затвора.

В търсене на решение

Расте броят на катастрофите с безпилотни автомобили, в резултат на което загиват хора. Кои има вина? Производителите на такива коли са на мнение, че отговорността за случващото се е изцяло на шофьорите, които трябва във всеки един момент да бъдат готови да поемат управлението. Трябва да се прецени какъв да е подходът за управление на риска при инциденти с роботи и причинени от тях щети, да решим кой да носи отго-

ворността - дали роботът, или трябва да се идентифицира лицето, действало виновно за причинените щети и вреди. При сегашната практика, ако куче ухапе човек, отговорен е неговият стопанин. Това може да се приложи и при инциденти, предизвикани от роботи. Следователно има правни фигури, които биха могли да послужат като основа в намирането на решения при последиците от вреди, причинени от изкуствен интелект.

Правна уредба

Във Великобритания побързаха да въведат законови разпоредби за използването на автономните автомобили. Но сама птичка пролет не прави. Липсата на правна уредба и на адекватни действия за нейното създаване започва да се усеща. Все още сме в ранна фаза, но вече идва моментът да се помисли и за законодателство, свързано с развитието на роботиката и взаимодействието на изкуствения интелект с човека. Адвокатско дружество „Попов, Арнаудов и партньори“ е с иновативно мислене и своевременно поставя проблема на дневен ред. Призивът на юристите, изследвали в дълбочина проблема, е да се изработят и приемат, а съответно и да се спазват морални и етични норми за създаването и използването на изкуствен интелект. (1)

treated as an electronic person when it takes autonomous decisions and has autonomy. Undoubtedly, the provisions currently in place do not yet take into account the emergence of artificial intelligence.

In 2016, a 136-kilogram security robot hit and ran over a 16-month-old child in a US shopping mall, but without serious consequences. The incident was seen as a violation of the first law of robotics formulated by the fiction writer Isaac Asimov - A robot may not injure a human being or, through inaction, allow a human being to come to harm. We don't have an answer how to punish a robot who has committed a crime, and whether it could be imprisoned.

In Search of a Solution

There is a growing number of autonomous car crashes, resulting in the death of people. Who is to blame? Manufacturers of such cars are of the opinion that the responsibility for what is happening is entirely to the drivers who need to be ready to take control at all times. We need to assess what risk management approach should be taken towards incidents caused by robots and the inflicted damages, to decide who should be responsible – should it be the robot, or the person who has acted guiltily for the damages and harms caused. According to the current practices, if a dog bites a man, its owner is responsible. This can also be applied to incidents caused by robots. Therefore, there are legal figures that could serve as a basis for finding solutions to the consequences of damages caused by artificial intelligence.

Legal Framework

In the UK, they have been quick to introduce legal provisions for the use of autonomous cars. But one swallow does not a summer make. The lack of legal framework and adequate action for its creation are being felt. We are still at an early stage, but now comes the time to think about legislation related to the development of robotics and the interaction of artificial intelligence with humans. The law firm “Popov, Arnaudov and Partners” has innovative thinking and puts the problem on the agenda just on time. The appeal of the lawyers, who have examined the problem in depth, is to construct, accept and, accordingly, to observe moral and ethical norms for the development and use of artificial intelligence. (2)

Развитието на изкуствения интелект ще е тема на конференцията AI & I, която ще се провеже на 26 ноември в София Тех Парк. Организатор на събитието е Дигиталната национална коалиция заедно с „Медия Икономика България“, част от която са сп. „Икономика“ и икономическият портал economic.bg.

The development of artificial intelligence will be the topic of the AI & I conference, which will take place on November 26 in Sofia Tech Park. The organizer of the event is the Digital National Coalition, together with Media Economy Bulgaria, part of which are the Economy magazine and the economic portal economic.bg.

Инвестиция в обществото и средата от Пощенска банка



An Investment in Society and the Environment by Postbank

Пощенска банка, с юридическо име „Юробанк България“ АД, е петата по активи банка в България, с широка клонова мрежа в цялата страна и значителна клиентска база от граждани, фирми и институции. Тя има близо 30-годишно присъствие сред лидерите на банковия пазар в България и през последните години е водещ фактор в нововъведенията и формирането на тенденциите у нас. През последните години е многократно награждавана за своите иновации и услуги, за отличното потребителско изживяване, което предоставя, както и за практиките си като работодател.

Пощенска банка, част от Юробанк груп - международна група с основни собственици канадски и американски фондове, приключи през юни т.г. придобиването на Банка Пиреос България – ключово събитие в стратегията на групата за разширяване на международната ѝ дейност с фокус върху пазари, на които тя е пазарен лидер. Очаква се оперативното обединение между двете институции да се осъществи до края на годината.

Какво превръща компанията в добри корпоративни граждани и защо провеждането на устойчиви политики става все по-важно? Основното, което отличава соци-

Postbank, with the legal name of Eurobank Bulgaria AD, is the fifth largest bank in Bulgaria with a wide branch network across the country and a significant client base of individuals, companies and institutions. It has been present for nearly 30-year among the leaders on the banking market in Bulgaria, and in recent years, is a leading factor in innovation and trend setting in the country. Over the past years, it has received numerous awards for its innovations and services, for the excellent customer experience that it provides, and for its practices as an employer.

Postbank, part of Eurobank Group, an international group having Canadian and US companies as its major owners, ended in June this year the acquisition of Piraeus Bank Bulgaria – a key event in the Group's strategy to expand its international activity with a focus on markets where it is a market leader. The operational merger between the two institutions is expected to take place by the end of the year.

What turns companies into good corporate citizens, and why is it becoming increasingly important to pursue sustainable policies? The main thing that distinguishes

ално отговорните компании, е желанието им да добавят стойност за обществото и да инвестират целенасочено в бизнес средата и хората. Защото е доказано, че успехът е възможен само там, където има силен стремеж за развитие и желание всички да вървят заедно напред.

Един отличен пример за компания, която от години активно реализира социално отговорни инициативи – с образователна, екологична и доброволческа насоченост, е Пощенска банка.

Пощенска банка: подкрепена за програмата за растеж Dare to Scale

Тази година финансовата институция, която традиционно е водещ партньор на бизнеса у нас, подкрепи уникалната пилотна програма за растеж Dare to Scale – първата от този род в България, насочена към бизнеси с потенциал за по-мощно разрастване на дейността си. В проекта на българския офис на глобалната мрежа Endeavor са избрани 10 родни компании. Селектираните предприемачи преминават през обучения и интерактивни сесии, водени от успешни практики и лидери от мрежата на Endeavor. Тренингите покриват основните области, от които всяка успешна компания има нужда – управление на организацията, маркетинг, продажби, финансово планиране и набиране на капитал.

С участието си в програмата за растеж Dare to Scale Пощенска банка допринася активно за развитието както на перспективните scale-up компании, така и за бизнес средата у нас. Това е пореден израз на стремежа ѝ да насърчава смелите идеи, да подкрепя иновациите и конкурентоспособността на фирмите и икономиката.

Дигиталните лидери в действие: стратегически проект със СофтУни

Друг стратегически проект на банката за инвестиция в обществото е партньорството ѝ със СофтУни в

socially responsible companies is their desire to add value to society and invest purposefully in the business environment and people. Because it has been proven that success is only possible where there is a strong desire for development and a desire for all of us to move forward together.

One excellent example of a company that has been actively pursuing socially responsible initiatives for years, with a focus on education, environment and volunteering, is Postbank.

Postbank: Support for the Dare to Scale Growth Program

This year, the financial institution, which has traditionally been a leading business partner in Bulgaria, has supported the unique Dare to Scale pilot growth program – the first of its kind in Bulgaria aimed at businesses with the potential to expand their activity on a larger scale. 10 local companies have been selected for the project of the Bulgarian office of the Global Endeavor Network. The selected entrepreneurs undergo training and interactive sessions led by successful practitioners and leaders from the Endeavor network. Trainings cover the main areas that every successful company needs – organization management, marketing, sales, financial planning and raising capital.

By participating in the Dare to Scale Growth Program, Postbank is actively contributing to the development of both promising scale-up companies and the business environment in Bulgaria. This is another expression of its strive to encourage bold ideas, support innovation and competitiveness of companies and the economy.

Digital Leaders in Action: A Strategic Project with SoftUni

Another strategic project of the Bank for Investment in the community is its partnership with SoftUni in support of





education. It is based on the Bank's understanding that good contact between business and educational institutions can motivate young people to succeed and develop in Bulgaria. The aim of the collaboration is for young people to develop their potential as IT and digital leaders being prepared for the dynamically changing environment and the new banking trends. Through it, they get the opportunity to realize their bold ideas with the unique know-how, mentoring and support of bank experts. SoftUni students can begin their career development at Postbank, which is part of its long-term strategy as a top employer to attract, retain and develop talents. As part of the project, the bank has provided 10 scholarships for SoftUni's optional training courses in order to help participants improve their digital competencies and be even better prepared for the challenges of tomorrow. The project also targets the company's employees who can upgrade their digital knowledge and competences.

Thinking of the Environment and the Future: Green Together with Postbank

Environmental and local community care is no longer only part of Postbank's business model, with which the company saves resources and leaves a less visible impact of its activity – it has already merged with the personal causes of many of its employees, whose ideas and enthusiasm make its

подкрепа на образованието. Той се основава на разбирането ѝ, че пълноценният контакт между бизнеса и образователните институции може да мотивира младите хора за успех и развитие в България. Целта на сътрудничеството е младежите да развият своя потенциал като IT и дигитални лидери, подготвени за динамично променящата се среда и новите тенденции в банкирането. Чрез него те получават възможност да реализират смелите си идеи с уникалното know-how, менторство и подкрепа на експерти от банката. Студентите на СофтУни могат да започнат кариерното си развитие в Пощенска банка, което е част от дългосрочната ѝ стратегия като топ работодател да привлича, задържа и развива таланти. Като част от проекта банката осигури 10 стипендии за обучения в курс по избор в СофтУни, с което участниците в тях ще повишат дигиталните си компетентности и ще бъдат още по-добре подготвени за предизвикателствата на утрешния ден. Проектът е насочен и към служителите ѝ, които могат да нагледат своите дигитални знания и компетенции.

С мисъл за околната среда и бъдещето: „Зелени заедно“ с Пощенска банка

Грижата за околната среда и местните общности вече е не просто част от бизнес модела на Пощенска банка, с която компанията пести ресурси и остава незабележим отпечатък от дейността си – тя вече се е сляла с личните каузи на много от нейните служители, които с идеи и ентузиазъм правят мисията ѝ на корпо-



ративен гражданин още по-значима. В банката работят вътрешно „Зелен борд“ и звено „Екологичен офис“, които дават решения за намаляване на екологичните ѝ въздействия - както по отношение на ограничаване на консумацията на ресурси от банката, така и по отношение на финансиращата ѝ дейност.

Служителите пък са обединени от голямата кауза да бъдат „Зелени заедно“, което дава и името на една от най-успешните вътрешни кампании на Пощенска банка. Тя показва как заедно, с обединени усилия можем да променяме средата около нас към по-добро. През лятото доброволци от банката преобработиха изцяло екопътека в местността Златните мостове на Витоша, заедно с екипа на Природния парк и със семейството на Ваня и Евгения Джаферович, които оцениха високо идеята. Те поставиха табелки с интересни истории за характерните растителни видове в района, съобиха и лакираха гървено мостче, поставиха пейки за пикник „Витошки тип“, почистиха района и освежиха детските люлки в него.

Наг 70 служители от банката участваха и в акция по създаването на „Новата гора на София“ - мащабна инициатива, която ще превърне 225 дека пустеещи общински земи в гора с широколистни дървчета в жк „Суходол“. Инициативата им по засаждането на повече от 500 фи-ганки премина под мотото „Сега е времето да направим общото си бъдеще по-добро“.

„Доброволчеството, отборният дух и социалната отговорност са двигателят на позитивните промени около нас. В Пощенска банка вярваме, че всеки може и трябва да допринесе с действията си за облагородяване на средата, в която работи и живее. Затова от години изпълняваме цялостна програма за намаляване на вредния отпечатък върху околната среда, като насърчаването на „зелено“ поведение сред служителите ни е важна стъпка от нея“, коментират от Пощенска банка. 🌱

mission to be a corporate citizen even more meaningful. A Green Board and an Environmental Office unit are working internally in the Bank, providing solutions for reduction of its environmental impact, both in terms of limiting the consumption of resources by the bank and in terms of its financing activities.

The employees, on the other hand, are united by the great cause of being Green Together, which also gives the name of one of Postbank's most successful internal campaigns. It shows how, together and with united efforts, we can change the environment around us for the better. During the summer, volunteers from the bank completely transformed the eco trail in the Golden Bridges area of Vitosha, together with the team of the Nature Park and the family of Vanya and Evgeniya Dzhaferovich, who warmly welcomed the idea. They put signboards with interesting stories about the typical plant species in the area, assembled and varnished a wooden bridge, put Vitosha-style benches for picnic, cleaned the area and refreshed the children's swings there.

More than 70 bank employees also took part in the campaign for creating the New Forest of Sofia, a large-scale initiative that will turn 225 hectares of barren municipal land into a deciduous forest in the Suhodol quarter. Their initiative to plant more than 500 saplings went under the motto "Now Is the Time to Make Our Common Future Better."

"Volunteering, team spirit and social responsibility are the drivers of positive change around us. At Postbank, we believe that everyone can and should contribute with their actions to enrich the environment in which they work and live. That is why, for years, we have been implementing a comprehensive program for reducing the negative impact on the environment, and promoting green behaviour among our employees is an important step in this," employees of Postbank say. 🌱



Лекар на върха на пръстите

A Doctor at the Tip of the Fingers

Яна Колева  Yana Koleva

Лекари от „Пирогов“ от 200 км разстояние консултираха деца от Кърджали в Деня на детето. Това е добра новина за България като страна, в която квалифицираните медицински кадри намаляват, закриват се болници и здравни заведения. Но не е новина за гържави, в които прегледът от разстояние вече е установена практика. Във времето на дигиталните технологии ИТ специалистите със своите знания и умения да решават проблеми намират все по-удобни начини пациентите да имат достъп до качествен медицински преглед, без да се налага нито те, нито лекарите да пътуват. Телемедицината се очертава като ново направление в здравеопазването, което тепърва ще разгръща своите възможности. На помощ идват приложения, изкуствен интелект, алгоритми...

Достъпност

Телемедицината има за цел да осигури здравеопазване, достъпно за всеки. Тя включва медицина, телекомуникации, информационни технологии и образование с цел диагностика, лечение, консултации и обучение. Чрез нея се оказва квалифицирана медицинска помощ на всяко място и по всяко време. По същество това е дейност, практикувана от разстояние. Има четири ключови критерия, според които Световната здравна организация определя една услуга като телемедицина: да предоставя медицинска помощ, да преодолява географски бариери, свързвайки хора, които не са на едно и също място, да включва информационни технологии и да подобрява услугите в сферата на здравео-

Doctors from Pirogov consulted children from Kardzhali on the Children's Day from a distance of 200 km. This is good news for Bulgaria as a country where the number of skilled medical personnel is decreasing, and where hospitals and health facilities are closing down. But that is nothing new for countries where remote examination is already an established practice. In the age of digital technologies, IT specialists with their knowledge and skills to solve problems, find more and more convenient ways for patients to have access to a quality medical check-up without the need for them or the doctors to travel. Telemedicine is emerging as a new direction in health care, which is yet to expand its potential. Applications come to the rescue, as well as artificial intelligence, algorithms...

Accessibility

Telemedicine aims to provide healthcare that is accessible to everyone. It includes medicine, telecommunication, information technology and education, aimed for diagnosis, treatment, advice and training. Through it, qualified medical help is provided at any place and at any time. In its essence, this is an activity practiced remotely. There are four key criteria according to which the World Health Organization defines a certain service as telemedicine: it has to provide medical care, to overcome geographical barriers by connecting people who are not at the same location, to include information technologies and to



опазването.

Развитие

Самата концепция за телемедицината не е рожба на дигиталната ера, а се ражда още преди век, когато в статия в Radio News в САЩ се появява лекар, който преглежда пациент и изпраща неговите резултати по радиото. Самата идея „Доктор по радиото“ е била наистина революционна за времето си. В по-модерния вариант телемедицината започва да се оформя през 60-те години, а зад нейния напредък

Телемедицината има своя естествен таван на възможностите, но пък е сфера, чийто бум тепърва предстои

Telemedicine has its natural limitations, but its boom is yet to come

improve healthcare services.

Development

The very concept of telemedicine is not born in the digital era, but a century ago, when, in an article of Radio News in the US, a doctor appeared to see a patient and he sent his results on the radio. The very idea of “Doctor on the Radio” was truly revolutionary for its time. In the more modern version, telemedicine began to form in the 1960s, and behind its advancement were mainly the military and the space technology sector. Developments in the area of telemedicine were expanding to the point that in 1974, the term was officially introduced into the medical literature. Through all these years, people have talked about not only “radio doctors”, but also a new type of TV-based consultation. Today, the new opportunities of telecommunications and information technology can be used as a convenience for both patients and doctors.



първоначално стоят главно военните и секторът на космическите технологии. Работата в областта на телемедицината се задълбочава дотолкова, че през 1974 г. терминът официално влиза в медицинската литература. През всички тези години се говори не само за „радио доктори“, но и за нов вид консултации чрез телевизионни връзки. Днес новите възможности на телекомуникациите и информационните технологии може да се използват като удобство и за пациенти, и за самите лекари.

Популярност

Бурното развитие на комуникациите и на информационните технологии е един от основните фактори телемедицината да набира все по-голяма популярност. Появяват се нови и нови разработки, които дават най-различни улеснения на хората с някакъв вид здравни проблеми. В голям процент от случаите те се нуждаят от първичен лекарски съвет, който би могъл да се даде и от дистанция. Така през март 2018 г. в България се появява приложението за онлайн медицински консултации Healee. То се радва на интерес сред пациентите, затова и създателите му от компанията Superdoc.bg продължават да го развиват. В неговата база са 1200 лекари и има над 200 000 посещения на месец. В страната се правят и други разработки, които далеч не са само за консултация с лекар от разстояние. Например Sirma Medical Systems има своя визия за взаимодействието между технологиите и медицината. Diabetes:M е нейно мобилно приложение, което е разработено от диабетици за диабетици. С негова помощ пациентите лесно могат през мобилния си телефон или таблет да следят, анализират, преглеждат, споделят и управляват всички аспекти на своето състояние. Приложението следи за лечението и предоставя на пациентите подробни доклади, диаграми и статистически данни. Потребителите могат да изпращат справки до наблюдаващия си лекар по имейл. Приложението също така разполага с богата база данни за калоричността и съставките на групи храни, което е от голяма помощ за хората с диабет.

Без пряк надзор

ScaleFocus също работи в тази област и има два големи проекта, свързани с телемедицината. В компанията са водени от

Popularity

The rapid development of communications and information technology is one of the key factors for telemedicine to be gaining increasing popularity. New and new developments are emerging that give people with some kind of health issues a variety of healthcare conveniences. In most of the cases, they need a primary medical consultation that can be done remotely. Thus, in March 2018, the Healee online medical consultation application appeared in Bulgaria. It gained popularity among patients, and that is why its creators from Superdoc.bg continue to develop it. Its database includes 1,200 doctors and it has over 200,000 visits per month. There are other developments in the country that are far from just consulting a doctor from a distance. For example, Sirma Medical Systems has its vision on the interaction between technology and medicine. Diabetes: M is a mobile application that has been developed by diabetics for diabetics. With its help, patients can easily track, analyse, view, share, and manage all aspects of their condition through their mobile phone or tablet. The application monitors the treatment and provides patients with detailed reports, diagrams and statistics. Users can send references to their supervising physician by e-mail. The application also has a rich database of the calorie-content and ingredients of groups of food, which is of great help for people with diabetes.

No Direct Supervision

ScaleFocus also works in this area and has two





разбирането, че на глобално ниво в дигиталната ера технологичните иновации ще са неразделна част от модерното здравеопазване. Единият проект е за хората в напреднала възраст и е наречен SAAM – Supporting Active Ageing through Multimodal coaching. Другият е SoFit, който представлява интегрирана система за физио- и кинезитерапия в домашни условия без пряк надзор от терапевт. Данните се съхраняват и посредством софтуерно решение се прави техен последващ анализ. Продуктът съдържа елементи, които следят за движенията, изпълнявани от пациентите, както и за редица други параметри, определени от лекуващия лекар. Заложено е по време на упражненията да се опита и записва пулсът и кръвното налягане на пациента, като това става чрез Bluetooth гривна. Данните се изпращат до медицинския център, до лекуващия лекар и постъпват в съответното пациентско досие. SoFit ще е лесен за ползване и дизайнът се обмисля така, че естествено да подсказва за различните функционалности. Той създава удобство за лекари и пациенти, пести време, усилия и разходи, но същевременно помага за успешната рехабилитация. Инвестицията в необходимия хардуер е условие за функционирането на този продукт, който ще е готов догодина, уточняват от ScaleFocus. Преодоляването на страха от технологиите и изместването на пряката връзка между лекар и пациент е трудност, която трябва да бъде преодоляна най-вече от по-възрастните хора.

Телемедицината има своя естествен таван на възможностите, но пък е сфера, чийто бум тепърва предстои. 📞

major telemedicine projects. The company is led by the understanding that technological innovation will be an integral part of modern healthcare at a global level in the digital era. One of its projects is for the elderly and is called SAAM – Supporting Active Aging through Multimodal Coaching. The other one is SoFit, which is an integrated system for physical and kinesiotherapy at home without direct supervision by a therapist. The data is stored and a subsequent analysis is made using a software solution. The product contains elements that monitor the movements performed by patients, as well as a number of other parameters defined by the treating physician. It is set to indicate and record the pulse and the blood pressure of the patient during the exercises with the help of a Bluetooth bracelet. The data is sent to the medical centre, to the treating physician, and is entered into the respective patient file. SoFit is easy to use, and its design is supposed to naturally suggest different functionalities. It creates convenience for doctors and patients, saves time, effort and costs, but at the same time helps for successful rehabilitation. Investing in the required hardware is a condition for the operation of this product, which will be ready next year, according to ScaleFocus. Overcoming the fear of technology and shifting the direct relationship between doctor and patient is a difficulty that has to be overcome by older people in particular.

Telemedicine has its natural limitations, but its boom is yet to come. 📞

Когът на вечната младост

Процъфтява продажбата на продукти и услуги срещу признаците на стареене, но много компании изобщо не обръщат внимание на тази специфична ниша, свързана с възрастта





The Code of Eternal Youth

The sale of products and services against the signs of aging is thriving, but many companies do not pay any attention to this specific age-related niche

Жива вода от приказките или универсално хапче за вечна младост... Откак свят светува хората търсят начини да са здрави, жизнени и годините да нямат видимо отражение върху тях. Остаряването е феномен, който засяга всяко живо същество на Земята. Този процес остава неразгадан, продължават обаче експериментите, които целят да постигнат неговото забавяне и евентуално стопиране. Науката опитва да разгадае кога на старостта, но засега без кой знае какъв успех. И точно затова има цяла индустрия, която разчита на желанието на хората да живеят в здраве и дълголетие. Брънка в колелото на този голям бизнес е регенеративната медицина, която има за цел да се справи с уврежданията, причинени от естественото остаряване.

Коренът на проблема

Вечната младост е стара човешка мечта. Хората са свикнали да приемат старостта и предизвиканите от нея страдания за неизбежна съдба, която сполетява всеки, живял достатъчно дълго. Но не спират да търсят начини това „дълго“ да трае още по-дълго. И наистина, науката и медицината имат своите успехи, затова продължителността на човешкия живот расте, макар и бавно. Има схващане, че остаряването е съвкупност от конкретни дегенеративни процеси, които водят до „болестите на старостта“ – например рак, диабет, болест на Алцхаймер, Паркинсонова болест, но също и до прогресивното разваляне на биологичната човешка машина – тялото. Сред причините е натрупването на шлака в клетките и извън тях, отслабването на междуклетъчните връзки и на имунната система. Смята се, че има начин да се повлияе на всеки от тези процеси, което да доведе до неговото забавяне и дори връщане назад. Идеята е медицината да атакува не последствията, които дават отражение върху здравето и външния вид, а корена на проблема – биологичното остаряване, което ги предизвиква. И ефективната регенерация може да е резултатът от всички тези усилия.

Пазар за милиарди

Желанието да останеш млад възможно най-дълго е старо колкото човечеството. От този стремеж днес печелят находчиви индустрии, а пазарът, свързан с продуктите „срещу стареенето“, е за милиарди. И това е постоянно растящ пазар. По целия свят учени търсят начини да гържат старостта и свързаните с нея заболявания далеч от човека. Появяват се нови и нови продукти, които осигуряват по-добра грижа за кожата с формули, забавящи стареенето, и те са обикновено все във високата ценови клас. За хранителни добавки с чудодейно действие също не се желят пари. Все по-популярни са процедурите с Вотох и други подобни вещества срещу бръчки, което въшност е само малка част от дейността на естетичната медицина. И пластичните хирурзи имат все повече работа – броят на процедурите годишно нараства с между 8 и 10 %, като САЩ заемат водещо място във вложенията, които хората правят, за да изглеждат по-млади и да съхранят привлекателността на своето тяло. Всичко това показва, че имаме среща с пеливиз бизнес и колкото по-високо скачат финансовите му резултати, толкова по-високо става неговият таван.



Living water from the fairy tales or a universal pill for eternal youth... Ever since the beginning of the world, people are looking for ways to be healthy, vital and to show no visible signs of aging. Aging is a phenomenon that affects every living thing on Earth. This process remains a mystery, but experiments aimed at slowing it down and eventually stopping it continue. Science is trying to figure out the old-age code, but so far without much success. And that is why there is a whole industry that relies on people's desire to live a long and healthy life. The cornerstone of this great business is regenerative medicine, whose purpose is to cope with the harms caused by natural aging.

The Root of the Problem

Eternal youth is an old-standing human dream. People are accustomed to accepting old age and the sufferings caused by it as an inevitable destiny that affects everyone who has lived long enough. But they do not stop searching for ways for this "long" to last even longer. Indeed, science and medicine have their successes, and that is why the human life span is increasing, albeit slowly. There is a belief that aging is a combination of specific degenerative processes that lead to the "old age diseases", such as cancer, diabetes, Alzheimer's disease, Parkinson's disease, but also the progressive breaking down of the biological human machine – the body. Among the causes is the accumulation of slag inside and outside of the cells, the weakening of intercellular connections and the immune system. It is believed that there is a way to influence each of these processes, resulting in its delay and even reversal. The idea is for medicine to attack not the consequences that affect the health and

Каквито и цифри да посочим, всичко ще е спекулативно, тъй като пазарът се развива с темпове, които статистиката в цял свят трудно би могла да обхване. Ясно е само, че бизнесът, който помага на хората да не усещат годините си, е многообещаващ, при това далеч не само за хранителните добавки, козметиката и фитнеса.

Възрастта не е порок

Всички клиенти на клиниките за красота искат да изглеждат по-млади и са готови да се подложат на какви ли не процедури, защото живеем в свят, където външността става все по-важна. Науката и медицината се борят да направят така, че възрастта да не е недостатък. Остаряло правило е, че основно жени опитват да прикрият пораженията, които времето нанася, тъй като непрекъснато нараства и броят на мъжете, които водят подобна битка. Пластичен хирург доверява, че голяма част от неговите клиенти са основно предприемачи и мениджъри, които тържат да изглеждат добре при смазващото натоваване, на което всеки ден са подложени. В надбягването с годините се включват жени и мъже с професии, в които външният вид „продава“. Списъкът не се изчерпва само с актриси, манекенки и фотомодели.

Ниша за наука и бизнес

Групата на хората, преминали определен възрастов праг, вече е с други нагласи и повечето от тях отказват да следват някогашните клишета как изглежда, как се облича, какви навици има и какво е поведението на човека в третата възраст. Затова процъфтява продажбата на продукти и услуги, насочени срещу признаците на старене, но много компании изобщо не обръщат внимание на тази специфична ниша. Бизнесът все още не е осъзнал какъв огромен потенциал се крие във всичко това. Разбира се, трябва да се отчетат някои особености. Така например е изкуство продуктите за по-възрастни хора да се предлагат по начин, по който да не бъдат разпознавани като такива. И наистина някои компании умело прилагат този подход. Те мислят за тези клиенти и създават за тях продукти, без да го афишират. Още повече че в тази категория попадат много хора по цял свят, които са с наистина големи финансови възможности. Това е златна мина, в която науката е на голяма почта. (1)



appearance, but the root of the problem – the biological aging that provokes them. And effective regeneration may be the result of all these efforts.

A Market Worth Billions

The desire to stay young as long as possible is as old as mankind. Resourceful industries are now making money from this strive, and the market for anti-aging products is worth billions. And it is constantly growing. Throughout the world, scientists are looking for ways to keep old-age and related illnesses away from people. New and new products emerge that provide better skin care with age-delaying formulas, and they are usually in the high-end segment. People do not spare money even for foods with miraculous effects. Procedures with Botox and other similar substances against wrinkles are more and more popular, which is actually only a small part of aesthetic medicine. Plastic surgeons have more and more work – the number of procedures increases by 8-10% each year, with the US taking the lead in the investments people make to look younger and keep their body attractive. All this shows that we have a profitable business at hand and the higher its financial results, the higher its ceiling gets. Whatever figures we point out, everything will be speculative, as the market is developing at rates that statistics across the globe can hardly cover. One thing is clear - it is a business that helps people not to feel their years is promising, and not only for nutritional supplements, cosmetics and fitness.

Age Is not a Vice

All clients of beauty clinics want to look younger and are willing to undergo any kind of procedures because we live in a world where the appearance becomes more and more important. Science and medicine are struggling to make sure that age is not accepted as a flaw. The rule that it is the women who are mainly trying to conceal the damage that time is causing is getting obsolete, since the number of men who are in a similar battle is constantly growing. A plastic surgeon shares that a large number of his clients are primarily entrepreneurs and managers who want to look good despite the crushing load they are subjected to every day. Women and men with professions in which appearance "sells" are included in the race. The list is not exhausted only by actresses, runway models and photomodels.

A Niche for Science and Business

The group of people who have passed a certain age threshold already have another attitude, and most of them refuse to follow the former clichés of how a person in the third age should look, how they should dress, what habits they should have and how they should behave. The sale of products and services against the signs of aging is thriving, but many companies do not pay any attention to this specific age-related niche. Business has not yet realized the huge potential that is hidden in all this. Of course, some specificities have to be taken into account. For example, it is an art to offer products for older people in a way that they are not recognized as such. Indeed, some companies skilfully apply this approach. They think about these clients and create products for them without announcing it. Even more so, that many people all over the world who have a really great financial capacity fall into this category. This is a gold mine in which science is highly appreciated. (2)

Дроневолюция



Dronevolution

Мая Цанева  Maya Tsaneva

Дроновете вече са само средство в развитието на технологии, които предлагат бизнес предимство и дълбочинен анализ, основан на иновациите.

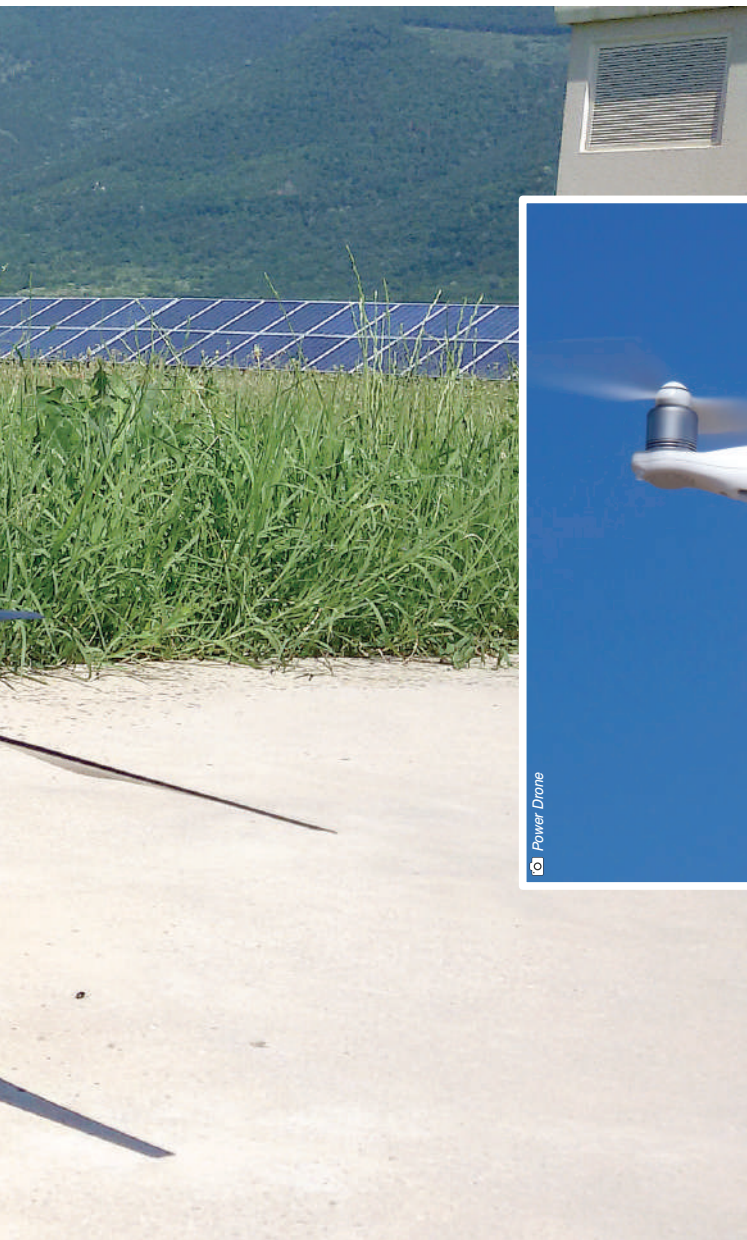
Малко след като дроновете станаха част от обичайния живот и бизнес, настъпи време за еволюция, която изисква технологични комбинации от хардуер и софтуер, които да посрещат нуждите на потребителите с една крачка напред. Американският експерт в сферата Колин Сноу пише, че очаква все повече икономически сектори да се възползват от възможностите им, и по-бавен, но стабилен ръст на компаниите в сектора.

Жулиета Димитрова, изпълнителен директор на Pro Drone Sys, и Йордан Мераков, изпълнителен директор на Power Drone, не са нови лица в сферата. Те еволюират с разработки в областта на роботиката

Drones are already just a tool in technology development that offers business advantage and in-depth, innovation-based analysis.

Shortly after drones became part of the everyday life and business, it was time for an evolution that required technological combinations of hardware and software to meet the needs of the consumers who were one step ahead of the others. The US expert in this area, Colin Snow, writes that he expects more and more economic sectors to take advantage of their capabilities, and slow but steady growth of the companies in the sector.

Juliet Dimitrova, CEO of Pro Drone Sys, and Yordan Merakov, CEO of Power Drone, are not unfamiliar faces in the sector. They evolve with developments in the field of robotics and analytical activity in traditional and strategic sectors, such as agriculture, geodesy and mining, insurance, electricity



Две български компании са готови да пробият на международните пазари с иновативни решения



Two Bulgarian companies are ready to make a breakthrough on the international markets with innovative solutions

и аналитичната дейност в традиционни и стратегически сектори като селско стопанство, геодезия и минно дело, застраховане, пренос на електроенергия.

„Намираме решения на проблеми, на които до момента няма решение“, казва Жулиета. Тя обяснява, че поради липсата на вярна във времето и прецизна информация за видовете почва и за индивидуалното състояние на растенията, се използват много торове в земеделието. Чрез техните грон системи се доставя тази липсваща информация, превръща се в дигитална технологична карта и се преразпределя и намалява количеството на торове с до 30%, а добивите в зърнопроизводството нарастват с до 40%. Чрез патентованата от компанията демпферна система на грона се достига геодезическа точност до 2 см, налична в почти реално време, което повишава ефективността на работата на геодезистите до 20 пъти в лесно достъпни и до 50 пъти в пресечени терени.

Power Drone е проект, свързан с анализа на данни от автоматизираната техническа инспекция на елек-

transmission.

“We find solution to problems that have no solutions yet,” Juliet says. She explains that a lot of fertilizers are used in agriculture due to the lack of timely and accurate information on soil types and the individual condition of the crops. Their drone systems deliver this missing information, turn it into a digital agronomy advice & variable rate application map and redistribute and reduce the amount of fertilizers by up to 30%, increasing the yields in grain production by up to 40%. The company's patented drone damper system achieves geodesic accuracy of up to 2 cm, available close to real time, which increases the efficiency of surveyors by up to 20 times on easily accessible terrains and up to 50 times on rough ones.

Power Drone is a data analytics project for an automated technical drone inspection of power lines. A special software platform for data processing enables the rapid response, prevention, and avoidance of accidents in the event of breakdowns, and planning for greater efficiency. “Our services are aimed at solving the problem of annual technical inspections of the network of electricity distribution companies (EDC). We use drones to collect high quality images and process information with artificial intelligence algorithms for image recognition. In this way, we identify the problematic and weak spots of the network, regardless of the terrain, and

тропровода с гронове. Специална софтуерна платформа за обработка на данните дава възможност за бърза реакция, превенция и избягване на аварийни ситуации при аварии и за планиране на по-голяма ефективност. „Нашите услуги са насочени към решаване на проблема с ежегодните технически инспекции на мрежата на електроразпределителните предприятия (ЕРП). Използваме гронове за събиране на висококачествени изображения и обработваме информацията с алгоритми за изкуствен интелект за разпознаване на изображенията. По този начин идентифицираме проблемните и слаби места по мрежата, независимо от терена, и ги предоставяме в дигитализиран и лесен за обработка вид“, пояснява Мераков.

И двете компании стартират със собствена инвестиция, като Жулиета и Йордан разчитат много на предишния си опит и на сътрудничеството си със специалисти в различни области, много различни от ИТ сферата и въздухоплаването. Жулиета разказва, че три години е работила с конструктори, програмисти, агрономи, геодезисти и различни изследователи от Аграрен университет Пловдив, БАН и Тракийски университет, използвали са технологии на НАСА и собствени разработки за машините.

Power Drone работи с български разработчици на софтуерни и грон технологии, които могат да предложат интересни решения съобразно специфичните нужди на проекта. „Дронът е само средство, с което събираме данни, и имаме пълната свобода да подбирате най-подходящото летателно средство съобразно работата ни“.

Интересен факт е, че и двете компании са създадени с лични средства, за да решат конкретен проблем, което е изключение в тази ниша. „Започнахме преди 4 години и постепенно изпълнихме пилотни проекти с трите ЕРП в страната. Резултатът от това е,

provide them in a digitized and easy-to-handle form,” Merakov explains.

Both companies have started with their own investment, with Juliet and Yordan relying heavily on their previous experience and their collaboration with specialists in various fields, much different from IT and aviation. Juliet says that for 3 years constructors, programmers, agronomists and agronomists have worked together at the Agricultural University of Plovdiv, BAS and the Thracian University, using NASA technologies and their own machine developments.

Power Drone works with Bulgarian developers of software and drone technologies that can offer innovative solutions according to the specific needs of the project. “The drone is just a tool that we use for data collection and we have complete freedom to choose the right aircraft according to the job.”

An interesting fact is that both companies were founded with personal resources to solve a specific problem, which is an exception in this niche. “We started 4 years ago and have gradually completed pilot projects with the three EDCs in Bulgaria. The result is that, by now, we have a validated business case and are implementing new projects,” Yordan says. He also relies on external funding from business angels and investment funds.

The major advantage of both companies is the ability to collect and analyse data “in time and at an affordable price on a large scale,” Juliet says. Yordan adds that the main difference between Power Drone and their main competitors is the way their drones collect data and process it, so that they can identify subtle technical issues that cause emergencies. He says that at two of the inspected power lines near Sofia, they managed to reduce the unplanned shut down by 7 times.

Both projects have passed the fragile age of a startup and have gone through the phase of “educating” the consumers. According to Juliet, demonstrations, pilot projects, university work and publications have yielded results, “but only



Предимството на Pro Drone Sys е решаването на проблеми, които до момента нямат разрешение, казва Жулиета Димитрова

The advantage of Pro Drone Sys is that it solves problems that have not yet been resolved, Juliet Dimitrova says

Лесно е да адаптираме продукта ни за всеки нов пазар, казва Йордан Мераков

It's easy to adapt our product to any new market, Yordan Merakov says

че към днешна дата вече имаме валидиран бизнес кейс и изпълняваме нови проекти“, казва Йордан. Той разчита и на външно финансиране от бизнес ангели и инвестиционни фондове.

Основното предимство и на двете фирми е възможността да добиват и анализират информация „навременно и на достъпна цена в големи мащаби“, както казва Жулиета. Йордан допълва, че основната разлика между Power Drone и основните им конкуренти е начинът на събиране на данни и последващата им обработка, така че да се идентифицират фини технически проблеми, които предизвикват аварийни ситуации. Той разказва, че при два от инспектираните електропровода близо до София са успели да помогнат за 7-кратното намаление на непланираните изключения.

И двата проекта са излезли от крехката възраст на стартъпите и са преминали през фазата „образоване“ на потребителите. Според Жулиета демонстрациите, пилотните проекти, работата с университетите и публикациите са дали резултат, „но само находчивите и бизнес ориентирани търсят иновацията“. Признанието идва и с присъединяването към оперативния център на John Deere - онлайн базирана платформа за прецизно земеделие. „В крайна сметка иновативните решения трябва да имат и икономическа обосновка и да предлагат пониски оперативни разходи на клиента. Ако преди 5 години ЕРП дружествата гледаха с недоверие на грон инспекции на електропроводите, днес някои клиенти сами търсят подобна услуга“, казва и Йордан.

И двете компании се стремят да излязат на международния пазар със системи, които са една крачка по-напред в дроневолюцията. Йордан посочва използването на алгоритми за изкуствен интелект и невронни мрежи като предпоставки за усъвършенстването на аналитичната софтуерна платформа и за разработването на решения за автономни грон инспекции без операторска намеса. Drone Power ще изпробва нововъведенията в предстоящите проекти в Румъния и Северна Македония. „Електрическите мрежи и елементи са доста сходни навсякъде по света, затова е сравнително лесно да адаптираме продукта към всеки нов пазар и съгласно специфичните потребности“, казва той.

За Жулиета следващата цел е достъпването на международните пазари, като основен фокус са Европа, Австралия, Северна Америка. Тя завършва с увереността, че и двете фирми имат място в дроневолюцията, защото „проблемите, които решаваме, са световни, а нашето решение е лесно, бързо и на достъпна цена“. ☺



Красимир Свраков | Krasimir Svrakov

resourceful and business-oriented people seek innovation.” The recognition also came when they joined the John Deere Operations Center – an online precision farming platform. “In the end, innovative solutions must also have an economic rationale and offer lower operating costs to the client. If, five years ago, the EDCs were having certain doubts about drone inspections of power lines, today, some clients are looking for such a service themselves,” Yordan says.

Both companies aim at entering the international market with systems that are one step ahead in drone evolution. Yordan cites the use of artificial intelligence and neural network algorithms as prerequisites for refining the analytic software platform and for developing autonomous drone inspection solutions without operator intervention. Power Drone will test innovations in upcoming projects in Romania and Northern Macedonia. “The electrical networks and elements are pretty similar across the globe, so it’s relatively easy to adapt the product to each new market and to meet specific needs,” he says.

For Juliet, the next goal is entering international markets, with Europe, Australia, North America being the main focus. She firmly believes that both companies have a place in drone revolution because “the problems we solve are global and our solution is easy, fast and affordable.” ☺

Европа въвежда регулация за дроновете

Europe Is Introducing Drone Regulations

Александър Александров  Aleksandar Aleksandrov

Платформата за споделени пътувания Uber възнамерява да стартира разнос на бързи закуски с дронове в американския град Сан Диего, куриерската компания UPS създава гръщерно дружество за доставки на пратки с безпилотни летателни апарати, а японски инженери дори създадоха дрон, който може да изпълнява функцията на летящ чадър. Летящите дронове вече отдавна са доказали своя потенциал и са достатъчно развити като технология, за да навлязат по-широко на пазара. А компаниите, които искат да запазят своята конкурентоспособност, вече би трябвало да се съобразят с този нов сегмент и да разглеждат възможностите за внедряване на летящи дронове в своята работа.

А последното парче от пъзела в развитието на сектора беше поставено на мястото си съвсем наскоро. Става въпрос, разбира се, за регулацията – един елемент, който е задължителен, когато говорим за обединяване на автономни машини и летене. Създаването на регулаторна рамка е от ключово значение за бъдещото развитие на бранша, защото тя внася спокойствие и ясни правила, по които той би могъл да се развива в бъдеще. А когато правилата са налице, компаниите вече могат да мислят за

развитието на иновации

услуги и приложения. В Европейския съюз регулаторната рамка стана факт по формата на два регламента за употребата на летящите дронове. Това са Делегиран Регламент (ЕС) 2019/945 от 12 март 2019 г. относно безпилотните летателни системи и операторите от трети държави на безпилотни летателни системи, както и Регламент за изпълнение (ЕС) 2019/947 от 24 май 2019 г. относно правилата и процедурите за експлоатация на безпилотни въздухоплавателни системи.

Документите са публикувани на 11 юни от Европейската комисия и влязоха в сила на 1 юли. За разлика от европейските директиви, регламентите няма нужда да се транспонират в националните законодателства, а са директно приложими в страните членки. Те обаче не покриват регулираната сфера в детайли, поради което на тяхна база ще трябва да се изгради


The Uber Shared Travels platform intends to introduce the delivery of fast food by drones in the US city of San Diego, the UPS courier company creates a subsidiary for shipments by unmanned aircraft vehicles, and Japanese engineers have even created a drone that can function as a flying umbrella. Flying drones have long proven their potential and are sufficiently developed as technology to enter the market more widely. And companies that want to maintain their competitiveness should now consider this new segment and look for opportunities to incorporate flying drones into their work.

And the last piece of the puzzle in the development of the sector was put in place just recently. It is, of course, regulation – one element that is a must when it comes to combining autonomous machines and flying. Creating a regulatory framework is of key importance for the future development of the industry, because it brings security and clear rules under which it can develop in the future. And when the rules are present, companies can think about

the development of innovation

services and applications. In the European Union, the regulatory framework has become a fact in the form of two regulations on the use of flying drones. These are Delegated Regulation (EU) 2019/945 of 12 March 2019 unmanned aircraft systems and on third-country operators of unmanned aircraft systems, and Implementing Regulation (EU) 2019/947 of 24 May 2019 on the rules and procedures for the operation of unmanned aircraft





Новите правила
ще стимулират
бързото развитие
на бранша през
следващите години

*The new rules
will encourage
the rapid
development
of the industry
in the coming
years*

вътрешна нормативна уредба във всяка отделна държава.

У нас вече е започнал национален диалог с участието на институциите, отговорни за въздухоплавателната регулация, и със съдействието на асоциацията Обединено грон общество (ОДО), която е единствената българска неправителствена организация в тази област. Нейни представители вече определиха новата регулаторна рамка като необходим елемент, който ще внесе спокойствие и сигурност в бранша и ще позволи на компаниите от сектора да се развиват много по-бързо и ефективно. „За нас въвеждането на регулация е от важно значение за развитието на бранша“ - посо-

systems.

The documents were published on 11th June by the European Commission and were entered into force on 1st July. Unlike European directives, regulations do not need to be transferred into national laws, but are directly applicable in the Member States. However, they do not cover the regulated area in detail, which is why internal regulations have to be developed on their basis in each separate country.

A national dialogue has already started in Bulgaria with the participation of the institutions responsible for aviation regulation and with the assistance of the United Drone Society Association (ODO), which is the only Bulgarian non-

чи през сп. „Икономика“ Антон Пулийски, председател на ОДО.

Какво ще се регулира

Новата регулаторна рамка обхваща няколко важни аспекта. На първо място, тя въвежда понятието „безпилотни летателни системи“ (БЛС), вместо използваното преди това „безпилотни летателни апарати“ (БЛА), или с други думи – дронове. На второ място, създава категоризация на този тип летящи машини.

Освен това тя предвижда появата на национални регистри както на дроновете, така и на пилотите, а също и на организациите, които оперират такива апарати. Регистрационният режим обаче няма да обхваща всички дронове, а само тези, които могат да представляват заплаха за сигурността. Според новата нормативна рамка такива ще са машините с излетна маса най-малко 250 грама.

Рисковете

Регламентите определят и потенциалните рискове при използването на дронове, които освен възможността за сблъсък, включват още заплахи за защитата на личните данни, опазването на околната среда и други аспекти. Ако даден апарат разполага например със сензори, способни да прихващат лични данни, той също ще трябва да бъде регистриран. Това обаче няма да се отнася за дроновете играчки. При регистрацията на пилоти изискването към тях ще бъде да са навършили 16 години.

Тези правила първа предстои да се разработват в националното законодателство. Предстои създава-



governmental organization in this area. Its representatives have already identified the new regulatory framework as a necessary element that will bring peace and security to the industry and allow companies in the sector to develop much faster and more efficiently. “For us, the introduction of a regulation is important for the development of the industry,” Anton Puliyski, Chairman of the ODO, said before Economy Magazine.

What Will Be Regulated

The new regulatory framework covers several important aspects. Firstly, it introduces the concept of “unmanned aircraft systems” (UAS) instead of the previously used “unmanned aircraft vehicles” (UAV), or in other words drones. Secondly, it creates a categorization of this type of flying machine.

It also provides for the emergence of national registers for both drones and pilots, as well as the organizations operating such devices. However, registration will not cover all drones, but only those that may pose a security threat. Under the new regulatory framework, machines with a launch mass of at least 250 grams would be considered as such.

The Risks

The regulations also identify the potential risks of using drones, which, in addition to the possibility of a clash, include threats to the protection of personal data, environmental protection and other aspects. If, for example, a device has sensors capable of capturing personal data, it will also have



Pixabay

нето на различни тематични групи, за да бъдат разгледани всички аспекти от въвеждането на новата регулация. Четирите участващи страни в процеса ще бъдат сържавната администрация, бизнесът, науката и неправителственият сектор. Новите регламенти със сигурност са

стъпка в правилната посока

и ще улеснят използването на дронове за различни бизнес и развлекателни цели. За сравнение, според досега действащото законодателство у нас полетите с дронове трябваше да бъдат предварително съгласувани с Главна дирекция „Гражданска въздухоплавателна администрация“ (ГД ГВА), което много често не се правеше, въпреки заплахата от глоба.

Въвеждайки двата регламента, Европейският съюз безспорно се нарежда сред пионерите в регулацията на тази нова технологична сфера, обезпечвайки нейното развитие и същевременно – гарантирайки безопасността на своите граждани, намиращи се на земята, както и на останалите участници във въздушното движение. От ключово значение обаче е колко гъвкаво ще се прилага новата регулаторна рамка, защото летящите дронове не само са сред най-динамичните технологични сегменти у нас, а и са тясно свързани с други такива бързо променящи се области като информационната сигурност, Internet of Things, личната неприкосновеност и дори изкуствения интелект. (1)

to be registered. However, this will not apply to drones used as toys. When registering pilots, they will be required to be 16 years of age or over.

These rules are yet to be further developed in the national legislation. Various thematic groups are to be created to address all aspects of the introduction of the new regulation. The four parties involved in the process will be the state administration, the business, science and non-governmental sector. The new regulations are for sure a

step in the right direction

and will facilitate the use of drones for various business and entertainment purposes. In comparison, under the current legislation in Bulgaria, drone flights have to be coordinated in advance with the Directorate General for Civil Aviation Administration (DG CAA), which very often is not done, despite the threat of a fine.

By introducing the two regulations, the European Union is undoubtedly one of the pioneers in regulating this new technological field, ensuring its development and, at the same time, ensuring the safety of its citizens on the ground and of other participants in the air traffic. However, it is crucial how flexible the new regulatory framework will be because flying drones are not only among the most dynamic technology segments in our country, but are also closely related to other such rapidly changing areas, such as information security, Internet of Things, personal inviolability and even artificial intelligence. (2)

Човекът, който изведе геймърите по улиците

Кой е Джон Ханке, съзателят на най-популярните игри Pokemon Go и Ingress

The Man Who Took Gamers out into the Streets



Джон Ханке / John Hanke 

Who is John Hanke, the creator of the most popular games Pokemon Go and Ingress

Александър Александров  Aleksandar Aleksandrov

Когато говорим за геймъри и видеоигри, най-често си представяме младежи с наднормено тегло, седнали пред своите персонални компютри, възбени в играта, с хамбургери и кола навсякъде около тях. Има един човек, който си е поставил за цел да разбие този стереотип и да покаже, че играейки игри, ние можем същевременно да извършваме физическа активност, да общуваме с приятелите си на живо и да се запознаваме с нови хора наоколо.

Запознайте се с Джон Ханке - предприемачът, който направи истинска революция в Augmented Reality, създавайки видеоигри, които социализират хората и стимулират физическата активност. Той е основател и главен изпълнителен директор на Niantic – компанията, която се отдели от Google, за да създаде най-популярната мобилна игра Pokemon Go.

Ханке израства в малкото тексаско градче Крос Плейнс и още от малък е запленен от списание National Geographic и неговите красиви географски карти. Отчасти това го вдъхновява през 2001 г. да създаде компанията за визуализиране на данни Keyhole с визията

да картографира целия свят

с такова ниво на детайли и прецизност, каквото не е съ-

When we talk about gamers and video games, we often think of overweight young people sitting in front of their PCs immersed in the game, with hamburgers and cola all around them. There is one person who has taken upon himself to break this stereotype and show that while playing games, we can be physically active at the same time, have live interaction with our friends, and meet new people around us.

Meet John Hanke, the entrepreneur who revolutionized Augmented Reality by creating video games that socialize people and stimulate physical activity. He is the founder and CEO of Niantic, the company that split from Google to create the most popular mobile game Pokemon Go.

Hanke grew up in the small Texas town of Cross Plains and was fascinated by National Geographic magazine and its beautiful maps from a very young age. Partially, this inspired him to create the Keyhole data visualization company in 2001 with the vision

to map the whole world

in a never-seen-before level of detail and precision. He managed to accomplish that goal, but within Google, after the giant spotted the promising mapping startup and acquired it

цествувало преди това. Той успява да осъществи тази цел, но в рамките на Google, след като гигантът забелязва перспективния картографски стартап и го придобива през 2004 г. за 35 млн. щ. долара в акции. Ханке е назначен за вицепрезидент в Гео подразделението на корпорацията, където участва активно в революцията на картографирането и пренасянето на света на нашия десктоп, а след това и в ръцете ни чрез нашите смартфони.

„След като частта с картографирането беше направена, това ни доведе до следващия въпрос – имаме тази страхотна услуга, какви други неща можем да изградим върху нея? Как можем да свържем дигиталния и физическия свят“ – споделя предприемачът пред аудиторията на тазгодишния Световен мобилен конгрес в Барселона. Именно този въпрос според него е довел до генезиса на Niantic в рамките на Google.

Заедно със свои колеги той създава вътрешен стартап в рамките на Google под името Niantic Labs, след което проектът се отдели от онлайн гиганта. Дружеството се фокусира изцяло върху добавената реалност (Augmented Reality) – технология, която добавя към реалния свят

Виртуално съдържание

и информация, визуализирани на екрана на смартфон или друго устройство. Например виртуални покемони, криещи се по реалните улици около нас.

Ханке създава компанията с три основни ценности. Първата е техните продукти да имат изследователски и приключенски характер и да могат да се играят от цялото семейство. Втората – да са обвързани с физическо упражнение. „Факт е, че в развития свят голямата част от възрастните и по-важното – децата – не извършват препоръчителното дневно количество упражнения. Затова искаме да създаваме продукти, които окуражават това“ – споделя основателят на Niantic. Третият важен елемент от ценностите на компанията е социалният –

in 2004 for USD 35 million in shares. Hanke was appointed Vice President of the Geo Division of the corporation, where he actively participated in the revolution of mapping and bringing the world to our desktops, and then, into our hands through our smart phones.

“After the mapping part was done, this brought us to the next question – we had this great service, what other things could we build upon it? How could we connect the digital and the physical worlds,” the entrepreneur told the audience at this year’s Mobile World Congress in Barcelona. It is this question, according to him, that led to the genesis of Niantic within Google.

Together with his colleagues, he created an internal startup within Google under the name Niantic Labs, after which the project separated from the online giant. The company focused entirely on Augmented Reality – a technology that adds to the real world

virtual content

and information displayed on the screen of a smart phone or other device. For example, virtual pokemons hiding in the real streets around us.

Hanke created the company with three main values. The first one is for their products to be explorational and adventurous in nature and be playable by the whole family. The second – to be related to physical exercise. “It is a fact that in the developed world, most adults and, more importantly, children, do not perform the recommended daily amount of exercise. That’s why we want to create products that encourage that,” Niantic’s founder says. The third important element from the company’s values is the social – in the form of the good old

face-to-face interaction

in the real world. “We think this is really important. There is medical evidence that face-to-face interaction is associated



Pokemon Go има милиони почитатели по света

Pokemon Go has millions of fans worldwide

пог формата на гобротом старо

Взаимодействие лице в лице

В реалния свят. „Според нас това наистина е важно. Има медицински доказателства, че взаимодействието лице в лице се асоциира с цялостното усещане за щастие. Ние сме по-добри хора, когато общуваме с другите лице в лице“ - добавя още Ханке. Социалният елемент е в самата основа на игрите на Niantic. Те стимулират срещите на живо, запознаването с нови приятели и дори големи събития с десетки хиляди участници, които се събират, за да играят заедно. Своеобразни рок концерти, но без музикантите.

Резултатът от усилията на компанията е безпрецедентно сливане на реалността и виртуалния свят. Днес нейните геймъри са изминали пеша над 23 милиарда километра, създадени са 119 нови приятелства и дори е последвала една сватба.

Въпреки че е позната най-вече с играта Pokemon Go, всъщност първото голямо заглавие на Niantic е Ingress, която с над 25 милиона инсталации в 175 държави е втората най-популярна AR игра в света. При самата Pokemon Go този показател е над 1 милиард.

Влиянието на тези игри

Върху реалния свят е толкова силно, че кметове вече поискваха законодателни промени, които да забраняват създаването на виртуално съдържание на локации в частни имоти. Американец за малко не застреля тийнейджъри, търсещи покемони пред дома му, обкръвайки ги с крадци, а други играчи в Босна попаднаха на минно поле. Границата между реален и виртуален свят започва все повече да се размива.

След изключителния успех на Pokemon Go Niantic планира да промени още веднъж цялата парадигма на игрите в движение. Неотдавна Джон Ханке представи новата експериментална платформа Neon, която добавя към AR игрите още един елемент – движение. Това означава, че участващите геймъри вече ще имат възможност да се гонят, да стрелят един срещу друг с виртуални оръжия, насочвайки своите смартфони, а случващото се ще се предава в реално време до всички останали устройства. Своеобразен шутър, но не във виртуалния свят, а в съвсем реална обстановка. Като автор на този текст, имах възможност да тествам новата платформа и да се убедя от първо лице, че тя вече работи. Има обаче още много работа, преди да бъде превърната в масов продукт.

„Убедени сме, че сме в самото начало на нещо много значимо. Много вероятно е всички изживявания в реалния свят скоро да бъдат разширени с дигитални взаимодействия, интерфейси, информация и, разбира се, развлечение“ - посочва още Джон Ханке и добавя, че според него това ще е една от големите промени в начина, по който използваме технологиите – също като навлизането на персоналните компютри, „облачните“ услуги или мобилните телефони. Дали добавената реалност ще се окаже промяна от такъв мащаб, тепърва предстои да разберем. ☺



with an overall sense of happiness. We are better people when we interact with others face to face,” Hanke adds. The social element is at the very core of Niantic games. They stimulate live meetings, meeting new friends, and even great events with tens of thousands of participants gathering to play together. Kind of like rock concerts, but without musicians.

The result of the company's efforts is an unprecedented

fusion of reality and the virtual world. Today, its gamers have walked more than 23 billion kilometres, have made 119 new friendships, and even a wedding has followed.

Although mostly known for the Pokemon Go game, in fact, Niantic's first big title is Ingress, which, with over 25 million installations in 175 countries, is the second most popular AR game in the world. For Pokemon Go, this figure is over 1 billion.

The impact of these games

on the real world is so strong that mayors have already called for legislative changes to ban the creation of virtual content on private property locations. An American nearly shot some teens looking for Pokémons outside his home, confusing them with thieves, and other players in Bosnia found themselves on a minefield. The boundary between the real and the virtual world is beginning to blur more and more.

After the exceptional success of Pokemon Go, Niantic plans to once again change the entire paradigm of on-the-go games. Recently, John Hanke introduced the new Neon Experimental Platform, which adds another element to AR games – movement. This means that participating gamers will now be able to chase, shoot at each other with virtual weapons, pointing their smart phones, and what's happening will be streamed in real time to all other devices. A kind of shooter, but not in the virtual world, and in a very real environment. As the author of this text, I had the opportunity to test the new platform and be convinced first-hand that it is already working. However, there is still a lot of work to do before it becomes a mass product.

“We are convinced that we are at the very beginning of something very important. It is very likely that all real-world experiences will soon be expanded with digital interactions, interfaces, information and, of course, entertainment,” John Hanke points out, adding that this will be one of the big changes in the way we use technologies, such as the entering of PCs, cloud services or mobile phones. Whether the augmented reality will turn out to be of this magnitude, we are yet to find out. ☺



**NAVIGATION
MARITIME
BULGARE**

www.navbul.com

КОРАБОПЛАВАНЕ С ТРАДИЦИИ ОТ ВЕКОВЕ


**НАДЕЖДЕН
ПАРТНЬОР**

**B Ū L G A R I Y A
B U L G A R I A**

**В МОРСКИЯ
ТРАНСПОРТ!**







Правим космическа станция около Луната

Плановете на NASA и партньорите ѝ са за изграждане на преден пост в орбита около естествения спътник, откъдето да изпращаме мисии до по-далечни дестинации

We Are Building a Space Station around the Moon

The plans of NASA and its partners are to build a front post in orbit around the natural satellite from where to send missions to farther destinations

Международната космическа станция (МКС) да бъде продадена на частни компании, които да я използват за развитие на космическия туризъм и научни дейности. Такива идеи се чува при обсъждането на бюджета на NASA през последните години, не без активната намеса на администрацията на Тръмп. И докато се дискутира въпросът какво да се прави със съществуващия орбитален комплекс, на дневен ред вече е проектът на американската агенция да направи нова космическа станция, при това – този път в орбита около Луната.

Запознайте се с Lunar Orbital Platform – Gateway

или съкратено (LOP-G). Заг това наименование се крие мащабен проект за футуристична станция, която предстои да бъде изградена в орбитата на естествения земен спътник и ще бъде своеобразен преден пост на човечеството в опитите му да овладее Слънчевата система. Идеята е от нея в бъдеще да се изпращат мисии до самата Луна, както и до Марс и други дестинации в по-далечния Космос.

Проектът

При създаването на новата станция ще бъде използван целият опит от изграждането и развитието на МКС. Тя отново ще е изградена на модулен принцип. Според първоначалния проект, ще включва научна лаборатория, както и жилищен модула за престой на четиричленния екипаж и на посетителите – туристи или астронавти, отправени се на последващи мисии. Комплексът ще се захранва със слънчева енергия.

Защо да не е лунна база?

Станция в орбитата на Луната ще предостави много по-разнообразни възможности за изследване на спътника. Тя ще е мобилна и ще може да се придвижва над различни точки на Луната, което ще улесни изследването на специфични зони от нея, представляващи научен интерес в един или друг момент. При нужда от нея ще се спускат апарати с роботи или астронавти, които ще извършват повече проучвания на повърхността. Това ще допринесе много повече за изучаването на най-близкото космическо тяло до Земята, отколкото изграждането на една фиксирана база в определена локация.

Мащабно международно партньорство

Проектът ще бъде реализиран от коалиция, която вероятно ще включи всички партньори, участващи в съществуващата сега Международна космическа станция. Инициатор е NASA, но в начинанието вече са потвърдили участие също и Европейската космическа агенция, Роскосмос, японската JAXA, както и канадската CSA.

Американската агенция представи проекта миналия октомври на Международния конгрес по астронавтика в германския град Бремен и получи изключително позитивна оценка от общността. Според международната група за координация на космическите изследвания, която включва 14 национални агенции, проектът ще е критично важен за разширяване на човешкото присъствие на Луната, на Марс, както и в по-далечната Слънчева сис-

The International Space Station (ISS) is to be sold to private companies, which are to use it for development of space tourism and scientific activities. Such ideas have been heard during the discussion of the NASA budget in recent years, not without the active involvement of the Trump administration. And while the question of what to do with the existing orbital complex is being debated, the US agency's project to make a new space station, this time in the orbit around the Moon, is on the agenda.

Meet the Lunar Orbital Platform - Gateway

or abbreviated (LOP-G). Behind this name stands a large-scale project for a futuristic station, which is to be built in the orbit of the natural Earth satellite, and which will be kind of a front post for humanity in its attempts to conquer the Solar System. The idea is, in the future, to send missions from there to the moon itself, as well as to Mars and other destinations in farther space.

The Project

All the experience of building and developing the ISS will be used for the construction of the new station. It will again be built on a modular basis. According to the original project, it will include a science laboratory, as well as a housing module for the stay of the four-member crew and visitors – tourists or astronauts going on subsequent missions. The complex will be powered by solar energy.

 Wikimedia



тема. Той ще може да обезпечи множество на брой лунни мисии с храна, кислород и други важни ресурси.

Освен това се очаква да спомогне за натрупването на ценно знание и провеждането на множество експерименти в областта на астрофизиката, планетарните науки, наблюдението на Луната, Земята и Слънцето, астробиологията, както и на човешкото здраве в космически условия. Още по-ценна ще е ролята на новия орбитален комплекс като начална спирка за провеждането на последващи космически мисии.

Станция или космически кораб

Lunar Orbital Platform – Gateway ще бъде значително по-малък от съществуващата МКС. Неговият интериор ще е колкото малка боксониера, докато този на сегашния комплекс е с големината на просторна къща с пет или шест спални. Това вече предизвиква коментари, че той всъщност не може да бъде наречен станция, а просто обитаем космически кораб, който ще е на постоянна орбита около Луната. Този спор обаче е второстепенен, тъй като няма ясно наложено определение какво е космическа станция.

Новият орбитален апарат ще лети в орбита около естественния спътник и ще бъде посещаван от астронавти най-малко веднъж годишно. За разлика от МКС, те няма да остават в него в продължение на година, а максимум три месеца. Въпреки това функциите на апарата ще са сходни с тези на сегашната станция в много отношения. Научната общност е на път да направи важна стъпка в овладяването на Космоса, а дали ще е успешна тя, времето тепърва ще покаже. 🚀

Why not a Moon Base?

A station in the orbit of the Moon will provide much more diverse exploration opportunities for the satellite. It will be mobile and able to move over different points of the Moon, which will facilitate the exploration of specific areas of scientific interest at one time or another. If necessary, robotic or astronaut vehicles will be launched, which will conduct more surveys of its surface. This will contribute much more to the study of the closest cosmic body to Earth than building a fixed base in a specific location.

Large-Scale International Partnership

The project will be implemented by a coalition that is likely to include all partners involved in the currently existing International Space Station. NASA is the initiator, but the European Space Agency, Roscosmos, Japan's JAXA and the Canadian CSA have also confirmed their participation.

The US agency presented the project to the International Astronautical Congress last October in the German city of Bremen, and received a very positive response by the community. According to the International Space Research Coordination Group, which includes 14 national agencies, the project will be crucial for the expansion of the human presence on the Moon, on Mars, and in the distant Solar System. It will be able to provide numerous moon missions with food, oxygen and other important resources.

It is also expected to contribute to the accumulation of valuable knowledge and the conducting of numerous experiments in the fields of astrophysics, planetary sciences, Moon, Earth and Sun observations, astrobiology, and human health in space. Even more valuable will be the role of the new orbital complex as an initial stop for subsequent space missions.

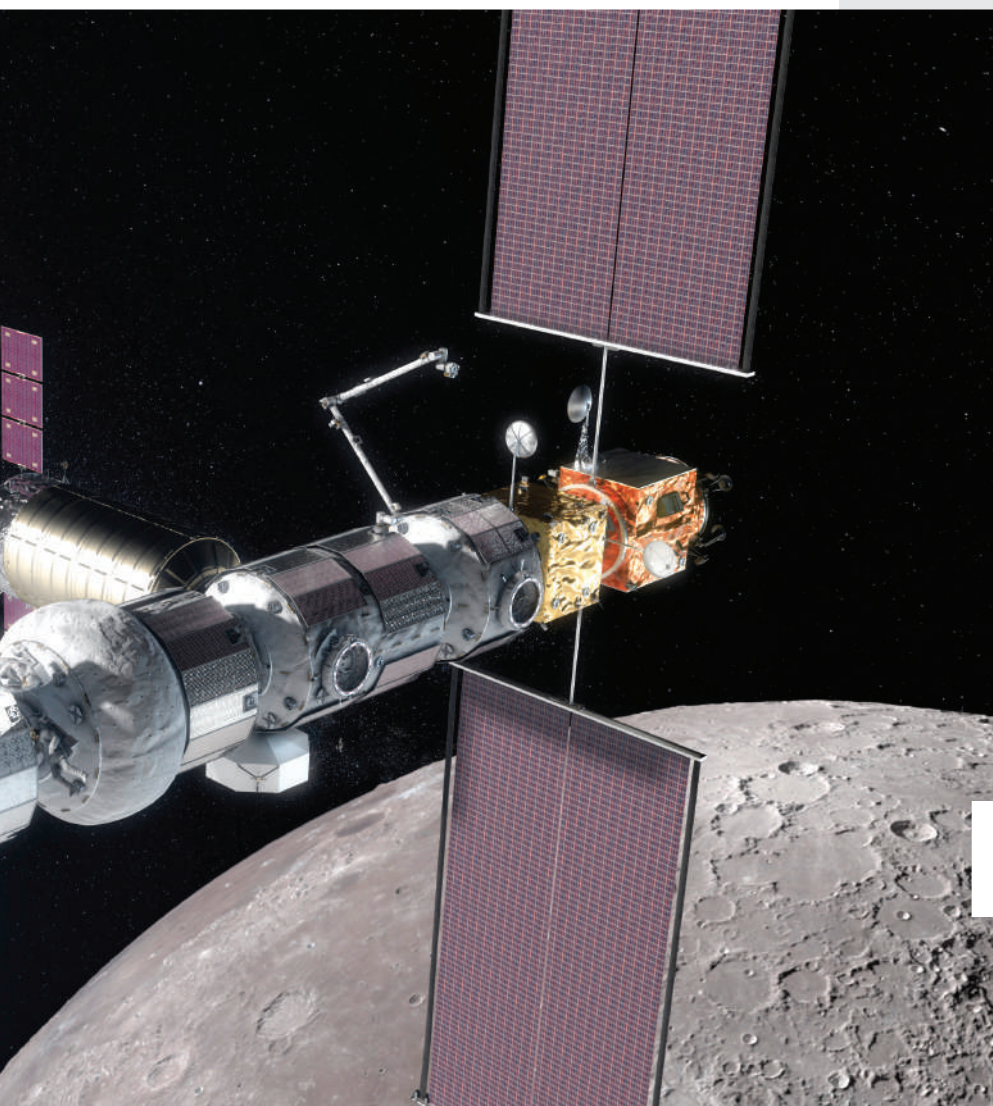
Station or Spacecraft

The Lunar Orbital Platform – Gateway will be significantly smaller than the existing ISS. Its interior will be as small as a studio apartment, while that of the present complex is the size of a spacious five or six-bedroom house. This has already sparked comments that it may not actually be called a station, but simply a livable spacecraft that will be in constant orbit around the Moon. However, this dispute is secondary because there is no clear definition of what a space station is.

The new orbital apparatus will orbit around the natural satellite and will be visited by astronauts at least once a year. Unlike the ISS, they will not remain there for a year, but for a maximum of three months. However, the characteristics of the apparatus will be similar to those of the current station in many ways. The scientific community is about to make an important step in mastering the cosmos and time will show whether it will be successful.. 🚀

Художествена концепция за лунната орбитална платформа - портал, обикалящ около Луната

Artist's Concept of Lunar Orbital Platform - Gateway Orbiting the Moon



МЕТОДИ за оптимизиране на времето

Time Optimization Methods



Всички ние разполагаме с по 24 часа в денонощието и не можем да увеличим техния брой. Можем обаче да „си купим“ повече време като правим нещата по-ефективно, стимулираме мозъка си да работи по-добре и не губим излишно време в ненужни дейности. Също както едно междуградско пътуване може да ни отнеме няколко часа със самолет, но цели дни с автомобил, така и в нашето ежедневие ние можем да спестяваме времето си и да оптимизираме неговото използване, печелейки цели часове на ден за себе си.

Работата е там, че не броят часове е определящ, а преди всичко начинът, по който нашият мозък работи през тези часове. Човешкият мозък има мощта на суперкомпютър и при определени условия може да бъде много по-работоспособен. Вероятно на всички ни се е случвало да прекараме един час на работното си място, без реално да сме свършили нещо кой знае какво. А друг път да сътворим „чудеса“ за изключително кратко време. Доказателство, че не броят работни часове има значение, а онези периоди, в които мозъкът ни работи на бързи обороти.

Те помагат да се справяме по-ефективно с ежедневните задачи

Самият аз, освен да пиша статии в това интересно и полезно списание, развивам две собствени фирми в областта на интернет, участвам в няколко други стартап проекта, както и в неправителствени организации. Успявам да правя всичко това, защото подхождам изключително отговорно към всяка минута от времето си и се стремя да огранича неговото разхищение до минимум. Ето някои от начините за това.

Опростен начин на живот

Днес съществува цяло движение, което прокламира опростения начин на живот и сред неговите най-известни последователи са Марк Зукърбърг, редица технологични предприемачи, актьори и др. Тяхната мантра е проста: по-малко различни вещи в ежедневието ни означава по-малко избори всеки ден и по-малко изгубено време в размисли за неща, които не са съществени за нашия живот.

Какво да облека днес? Отговорът на самия Зукърбърг на този въпрос е лесен – той винаги ходи с едни и същи сиви тениски и гънки, не носи костюми от известни дизайнери или скъпи модни аксесоари. Съ-

We all have 24 hours a day at our disposal and there is nothing we could do to increase their number. However, we can “buy” more time by doing things more efficiently, stimulating our brains to work better and not wasting unnecessary time in unnecessary activities. Just like a long-distance trip can take us several hours by plane, but whole days by car, in our daily lives, we can save time and optimize its use, thus earning whole hours per day for ourselves.

The thing is that it is not the number of hours that is crucial, but above all, the way our brain works during those hours. The human brain has the power of a supercomputer and, under certain conditions, it can be much more operational. It has probably happened to all of us to spend an hour at work without actually doing anything much. And other times, we can do miracles for a very short time. This is a proof that it is not the number of working hours that matters, but those periods in which



They help us deal with our daily tasks more efficiently

our brains work at a rapid pace.

I myself, besides writing articles for this interesting and useful magazine, develop two companies I own in the field of Internet, I take part in several other start-up projects, as well as in non-governmental organizations. I manage to do all this because I approach every minute of my life in a very responsible way and strive to minimize its waste. Here are some ways to do this.

A Simplified Lifestyle

Nowadays, there is a whole movement that promotes

щият принцип привържениците на опростения начин на живот използват и във всички аспекти от своето ежедневие – грехите, вещите в дома си, дигиталните устройства и т.н. Някои дори стигат до крайности, като да не използват обувки с връзки, за да не се налага да ги връзват и отвръзват всеки ден. Във време, когато в магазините има на практика всичко, купуването на нови вещи и използването им след това се превръща в основен убиец на време за хората в развития свят и изглежда все повече от нас започват да осъзнават това. Премахнете нещата, които ви разконцентрират, и ще спечелите време за истински важните неща в живота ви.

Повече сън

Егва ли сте очаквали в точно тази статия да ви съветвам да спите повече, но истината е, че пълноценният сън е от ключово значение за ефективната работа и мисловна дейност, когато сме будни. Сред привържениците на тази теза е Ариана Хъфингтън, основател на модерната новинарска медия Huffington Post, която продаде през 2011 г. на AOL за впечатляващата за медиен сайт сума от 315 млн. щ. долара. След това тя продължи да ръководи изданието и започна да води лекции на тема... колко е важно да спим. Хъфингтън е убедена, че липсата на достатъчно сън, която е неразделна част от американския корпоративен начин на живот, ни прави много по-неефективни в работата. И обратното – ако се наспим добре, мозъкът ни ще работи много по-ефективно в часовете след това, постигайки впечатляващи резултати.

Да се научим да казваме „не“

В съвременното динамично ежедневие ние можем да участваме в толкова много интересни проекти, да стартираме нови бизнеси, да подкрепяме каузи, да учим нови неща или просто да се забавляваме. Но не можем да правим всичко това едновременно. Затова е важно да преценим правилно своите ресурси и време и да отсяваме възможностите, избирайки най-добрите сред тях.

Автоматизирайте

Днес технологиите ни предоставят страхотни възможности за автоматизиране на процеси и ежедневни задачи. От малки безплатни мобилни приложения, до мащабни ERP системи – можем да накараме софтуера да свърши огромен брой задачи, за които преди е трябвало да изгубим минути или цели часове. Използвайте приложения тип конектори като IFTTT, които могат да свързват вашите устройства и онлайн акаунти. Автоматизирайте колкото може повече регулярни ежедневни или месечни задачи – както във вашето домакинство, така и в работата ви и тази на екипа ви.

Работете сутрин и учете следобед

Човешкият мозък е така създаден, че сутрин е много по-креативен, докато вечер преди сън е способен да запамятава повече информация. Използвайте тази особеност на човешката природа като предимство и извършвайте повече работни задачи сутрин и преди

a simplified lifestyle, and among its most famous followers are Mark Zuckerberg, a number of technology entrepreneurs, actors and more. Their mantra is simple: fewer different things in our daily lives mean fewer choices every day and less time wasted in thinking about things that are not essential to our lives.

What to wear today? Zuckerberg's answer to this question is easy – he always wears the same grey t-shirts and jeans, does not wear costumes from famous designers or expensive fashion accessories. The supporters of the simplified lifestyle treat all aspects of their daily lives in a similar way – clothes, household items, digital devices, etc. Some even go to the extreme of not using shoe laces, so they won't have to be tied and loosened every day. At a time when practically everything can be found in the shops, buying new things and using them after that becomes a major time killer for people in the developed world, and it seems that more and more of us are beginning to realize this. Remove the things that distract you and make time for the really important things in your life.

More Sleep

You probably didn't expect me to advise you to sleep more in this article, but the truth is that a sound sleep is key to effective work and thinking when we are awake. Among the supporters of this theory is Arianna Huffington, founder of the modern news media Huffington Post, who, in 2011, sold the site to AOL for the impressive amount of USD 315 million. She then continued to manage the publication and started giving lectures on the topic of... the importance of sleep. Huffington is convinced that the lack of enough sleep, which is an integral part of the American corporate lifestyle, makes us much less efficient at work. And vice versa, if we get a good night's sleep, our brains will work much more efficiently in the hours afterwards, achieving impressive results.

Let's Learn to Say No

In today's dynamic everyday life, we can participate in so many exciting projects, start new businesses, support causes, learn new things, or just have fun. But we cannot do all these things at the same time. That is why it is important to properly evaluate our resources and time and sift out the opportunities by choosing the best among them.

Automate Things

Nowadays, technologies provide us with great opportunities to automate processes and daily tasks. From small free mobile applications to large-scale ERP systems, we can make a software perform a huge number of tasks that took us minutes or hours to complete. Use connector type applications, such as IFTTT that can connect your devices and online accounts. Automate as many regular daily or monthly tasks as possible – both in your household and in your work and that of your team.

Work in the Morning and Study in the Afternoon


The human brain is created in such a way that in the morning it is much more creative, while in the evening,



 Pixabay


обег. И колкото по-рано сутринта започнете, с толкова повече време ще разполагате без някой да ви прекъсва с обаждания или досадни съобщения по месинджъра.

Нахранете мозъка си

Нашият суперкомпютър може да работи много по-бързо, ако го храним с подходящите храни. Ацетилхолинът е важен невротрансмитер в тялото ни, който спомага за по-добрата концентрация, запаметяването и други мисловни процеси, както и за координацията на мускулите. За да се синтезира в тялото ни, имаме нужда от хлор, както и от витамини С и В5. Затова е важно да консумираме повече пълнозърнести продукти, яйчен жълтък, соя и пшеничени кълнове. Други важни за стимулиране на мисловната дейност храни са орехите и други видове ядки, сушените плодове, съомгата, боровинките, касисът, авокадото и доматиите. 

before sleep, it is able to store more information. Use this characteristic of the human body as an advantage and do more work in the morning. And the sooner you start in the morning, the more time you will have without someone interrupting you with calls or annoying messages.

Nourish Your Brain

Our supercomputer can work much faster if we nourish it with the right foods. Acetylcholine is an important neurotransmitter in our body that helps improve concentration, memory and other thought processes, as well as coordinate muscles. To synthesize it in our body, we need chlorine, as well as vitamins C and B5. That is why it is important to consume more whole grains, egg yolks, soybeans and wheat germ. Other foods that are important for stimulating the thought process are walnuts and other types of nuts, dried fruits, salmon, blueberries, currants, avocados and tomatoes. 



„Белчински извор“ и възраждането на родния край

Belchin Spring and the Revival of the Homeland

Тони Григорова  Toni Grigорова

България е страната с най-много минерални извори в Европа. Вече има немалко СПА комплекси, но „Белчински извор“ има всички основания да се открие като „перла в короната“. Защото комплексът се прави с безкомпромисен професионализъм, от сърце, но и с родолюбие. И това съвсем не е въпрос на реклама. Ето колко дълбоки са корените на всичко това...

Паметта на поколенията

Дете, тука е имало минерална вода, ама белчинци са я

Bulgaria is the country with the most mineral springs in Europe. There are already a number of spa complexes, but Belchin Spring has every reason to be a “pearl in the crown.” Because the complex is made with uncompromising professionalism, from the heart, but also with patriotism. And this is not just a matter of advertising. This is how deep the roots of all this are...

The Memory of Generations

Child, there was once mineral water here, but the people



запушили с кълчища и глина, за да не плащат данъци - казва дядо Иван на своето внуче Симеончо през 1948 г. Това гласи надпис върху скулптурата от дърво, наречена „Паметта на поколенията“. Тя се намира в двора на СПА комплекс „Белчински извор“, който израства на площ от 80 дека край с. Белчин. Това старо предание, което президентът на „Главболгарстрой“ Симеон Пешов научава от своя дядо Иван, му дава основание преди 10 години да поеме риска и да финансира сондаж за търсене на минерална вода. И наистина тя бликва на 2,5 км дълбочина, а сега целият ѝ дебит ще се използва за СПА комплекса. Някога неговият дядо го е водил на мястото, където се твърди, че е бил изворът. Учени обаче установили, че с течение на времето водата се е преместила малко встрани и наистина се оказало така.

Лукс и удобство

Комплексът е разположен върху 80 дека. В него се инвестират 18 млн. лв., сондажът е струвал 2,5 млн. лв., а годишната концесионна такса за минералната вода е 100 хил. лв. годишно. СПА центърът е направен по най-високите стандарти - с минерален басейн и зони за релакс, солна, парна и бамбукова стая, билкови вани, леген кът, топила и джа-

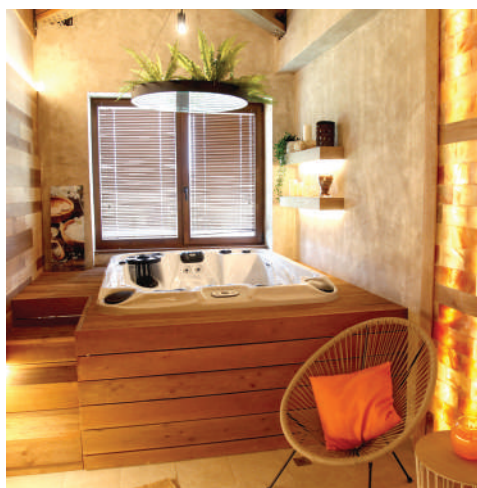
from Belchin clogged it with oakum and clay to avoid paying taxes, said Grandpa Ivan to his small grandson Simeon in 1948. This is an inscription on a tree sculpture called "The Memory of Generations." It is found in the yard of Belchin Spring Spa Complex, which was constructed on an area of 80 decares near the village of Belchin. This old legend that the President of Glavbolgarstroy Simeon Peshov has learned from his grandfather Ivan, gave him a reason, 10 years ago, to take the risk and finance a mineral water drilling. Indeed, it gusted at a depth of 2.5 km, and now, its entire flow is used for the spa complex. Once, his grandfather took him to the place where the spring was said to be located. However, scientists found that over time, the water has moved a little sideways, and indeed, this turned out to be true.

Luxury and Convenience

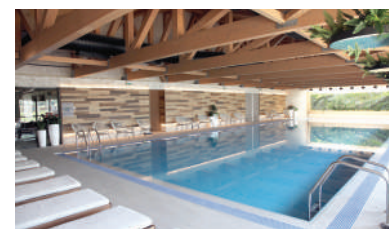
The complex is situated on 80 decares. BGN 18 million were invested in it, the drilling cost BGN 2.5 million, and the annual concession fee for the mineral water is BGN 100 thousand. The spa centre is made according to the highest standards – with a mineral pool and relaxation areas, a salt, steam and

Президентът на „Главболгарстрой“ Симеон Пешов нагледно показва какъв дух носи истинският строител на съвременна България

The President of Glavbolgarstroy Simeon Peshov demonstrates the spirit of the true builder of modern Bulgaria



Красимир Свраков © Krasimir Svrakov





Инж. Симеон Пешов пред комплекса

Engineer Simeon Peshov in front of the complex

кузи. Има десет екокъщи, които може да бъдат разделени между две семейства или приятели. Всяка постройка е различна и е с наистина впечатляващ дизайн, постигната е неповторима атмосфера. Конопена и стъклена къща, както и по две варови, дървени, глинени и тухлени къщи, всяка от които е със своя неповторим чар. Има и две вили на влюбените – „Венера“ и „Ромео и Жулиета“. Те разполагат със самостоятелна термо зона, и са подходящи както за младоженци, така и при групи празнични моменти на усамотение и напълно изключване от динамиката на всекидневието. Ресторант „Изворът“ предлага най-доброто от местната кулинарна традиция и гурме кухнята, която може приятно да очарова всеки ценител на вкусната храна.

Местоположение

СПА селището се намира в полите на пет планини – Рила, Верила, Плана, Витоша и Шипоченски рид. То е на 50 км от София и на 23 км от курорта Боровец. Пловдив и Благоевград също не са далеч. Две реки пресичат Белчинското поле – Искър и Палакария. „Белчински извор“ гледа право към културно-историческия комплекс „Цари Мали град“, който е сред новите туристически чудеса на България.

Легендите говорят

В луксозния СПА комплекс историята и преданията присъстват по начин, който подтиква гостите да научат повече за миналото на този край. Според легендата полезните свойства на минералната вода в Белчин стават известни още по времето на Римската империя благодарение на Галя Плацидия, дъщерята на император Теодосий. И това сигурно би останало само легенда, ако археолозите не бяха открили на хълма над Белчин монета с нейния лик. Когато през 2009 г. водата в Белчин бликва отново,

bamboo room, herbal baths an, ice bar, contrast pools and a Jacuzzi. There are ten eco-houses that can be shared between two families or friends. Each building is different and has a truly impressive design; a unique atmosphere has been achieved. A hemp and a glass house, as well as two limestone, wooden, clay and brick houses, each one of them with its own unique charm. There are also two villas for people in love – Venus and Romeo and Juliet. They have a separate thermal zone, and are suitable for both newly-weds and other festive moments of solitude and complete disconnection from the dynamics of everyday life. The Spring Restaurant offers the best of the local culinary tradition and gourmet cuisine, which can delight any connoisseur of delicious food.

Location

The spa settlement is located at the foot of five mountains – Rila, Verila, Plana, Vitosha and Shipochenski Rid. It is 50 km away from Sofia and 23 km away from the resort of Borovets. Plovdiv and Blagoevgrad are also nearby. Two rivers cross the Belchin field – Iskar and Palakaria. Belchin Spring has a view right over Tsari Mali Grad cultural and historical complex, which is among the new tourist wonders of Bulgaria.

Legends Tell

In the luxury spa complex, history and legends are present in a way that encourages guests to learn more about the past of this region. According to the legend, the useful properties of the mineral water in Belchin became known during the Roman Empire, thanks to Galla Placidia, daughter of Emperor Theodosius. And this probably would have remained a legend if archaeologists had not found a coin with his face on the hill above Belchin. When the water in Belchin gushed again

се установява, че тя лекува ставни и кожни заболявания, периферната нервна система, стомашно-чревни разстройства, дегенеративни и възпалителни процеси. Но „Белчински извор“ не е санаториум, а е място просто за релакс.

Духът на предприемача

Този модерен СПА комплекс е венец във възраждането на един край. През 2007 г. Белчин е със затихващи функции, с население от около 300 души. Сега е едно от малкото села с новоизградена канализация, асфалтирани улици, пречиствателна станция, туристическа инфраструктура. „Първо се погрижихме за културното наследство и за историята на района. Привлякохме туристите, мястото стана известно и тогава започна изграждането на хотели, басейни и СПА комплекси. В основата на този устрем е Симеон Пешов, който освен добър предприемач е и родолюбец“, разказва Веселин Хаджиангелов, директор на Историческия музей в Самоков и на Музейния комплекс „Цари Мали град“. Взаимодействието между музея и „Главболгарстрой“ започва през 2007 г., когато Симеон Пешов търси специалисти за реставрацията на късносредновековната църква „Света Петка“ и възлага на музея да се заеме с проучването на археологията около нея. След 6 години проучвания се разкрива крепостта с античното име Герме, която стана популярна като Цари Мали град. Хаджиангелов участва във фондация „Възраждане на Белчин“, чиято основна дейност е свързана с културно-историческото наследство. В нея е включена и община Самоков, като целта е да се срещнат обществените и частните интереси. Белчин е отличен пример за възраждането на едно българско село.

На 20 декември строящият се в момента хотел ще посрещне първите си гости. СПА комплекс „Белчински извор“ обаче не е поредната инвестиция на една голяма строителна компания. В нея освен много средства, човешка енергия, професионализъм, са вложени емоции, които имат дълбок корен. С този специален обект „Главболгарстрой“ по достоен начин отбелязва своята 50-годишнина. (1)

in 2009, it was found that it healed joint and skin diseases, the peripheral nervous system, gastrointestinal disorders, degenerative and inflammatory processes. However, Belchin Spring is not a sanatorium, but simply a place for relaxation.

The Spirit of the Entrepreneur

This modern spa complex is a crown in the revival of a region. In 2007, Belchin was fading away, with a population of about 300 people. It is now one of the few villages with newly constructed sewage system, asphalt streets, treatment plant, tourist infrastructure. "First, we took care of the cultural heritage and the history of the area. We attracted tourists, the place became known and then, we began the construction of hotels, swimming pools and spa complexes. At the heart of this aspiration is Simeon Peshov, who, in addition to being a smart entrepreneur, is also a patriot," says Veselin Hadzhiangelov, Director of the History Museum in Samokov and the Tsari Mali Grad Museum Complex. The interaction between the museum and Glavbolgarstroy began in 2007, when Simeon Peshov was looking for specialists for the restoration of St. Petka late medieval church and commissioned the museum to research the archaeological characteristics around it. After six years of research, the fortress with the ancient name Germe was discovered, which became popular as Tsari Mali Grad. Hadzhiangelov is a member of the Belchin Revival Foundation, whose main activity is related to the cultural and historical heritage. The municipality of Samokov is also included in it, the aim being to combine the public and private interests. Belchin is an excellent example of the revival of a Bulgarian village.

The hotel is currently under construction and will welcome its first guests on 20th December. However, the Belchin Spring Spa Complex is not another investment of a large construction company. In addition to many resources, human energy and professionalism, many deep-rooted emotions are embedded. With this special site, Glavbolgarstroy celebrates its 50th anniversary with dignity. (1)



Скулптурата от дърво, наречена „Паметта на поколенията“

A tree sculpture called "The Memory of Generations"



Възходът на детските книги

Българските автори на съвременна детска литература пробиват на пазара онлайн, на четения и панаири

The Rise of Children's Books

Bulgarian authors of contemporary children's literature make a breakthrough on the online market, at readings and fairs

Мая Цанева  Maya Tsaneva

Имаше едни 20-ина лоши години за детската литература – тя се разбираше като неважна, евтина – не само като качество, но и като цена. Но малките бутикови издателства задават тона за красиви, смислени книги, за съвременни автори. Детската книга не трябва да е евтина“, така започва разговорът ни за новите детски книги с Радостина Николова, автор на поредицата за мотозетите.

Тя е от поколението автори на детска литература, заедно с Никола Райков и „майка“ на „Тина и половина“ - Юлия Спиридонова, които не отстъпват по литературни и бизнес умения, по социална ангажираност на имена от световната сцена. Част от тях са стартирали от самото начало със собствено издателство, по бизнес модели, родени от новото време. И най-вече, усещат добре пазара.

Според проучване на книжния пазар на American Booksellers Association за периода от март 2018 до март 2019 г. художествената и детската литература са в основата на ръста на продажбите в периода 2015-2019 г. По данни на The Report Buyer.com – анализ и предвиждания за книжния пазар за периода 2019-2024, детската литература формира поне една трета от продажбите на книги в света, като конкуренцията расте. Родителите на техните читатели ги откриват по-често в онлайн мрежата, чрез личното им присъствие и позиции, и се асоциират с тях, защото откликват на желания и проблеми, които не разпознават в своите детски книжки. Има повече възможности за стартър издателства и за самиздат, за онлайн и международна дистрибуция, за нетрадиционна реклама. Намаляват технологичните разходи за



Радослава Николова с малки читатели

Radostina Nikolova with her young readers



Никола Райков използва срещите с деца, за да се вдъхновява за книгите игри

Nikola Raykov uses meetings with children to get inspired for his gametales

печат, но от друга страна, разходите за по-хубава хартия и за по-качествени илюстрации се увеличават.

Никола Райков започва своя творчески и бизнес път с експерименталната приказка игра „Голямото приключение на малкото таласъмче“, а после се появява и „Още по-голямото приключение на малкото таласъмче“. Първата му книга вече се продава в Латвия, Румъния, Молдова, а приказката игра „Добросъщите“ - в Китай.

„Стартирах със собствено издателство още с първата книга. Имаше малко спестявания, които стигнаха за първия тираж“, казва той. Тиражът се изчерпва след 6 месеца, като продажбите вървят само директно и онлайн, в книжен и в електронен вариант. „Насочих се към този модел, тъй като ми се струва нечестно дистрибуторите да получават 50% от коричната цена на една книга. Използвам единствено собствен разработен уебсайт и не продавам през други платформи“.

Радостина Николова, автор на поредицата „Приключенията на мотопетел“, също се насочва към самиздат, след като получава „доста странни условия“ за издаването на първата си книга. Тя и съпругът ѝ финансират първия тираж със заделените пари за сватбено пътешествие. „Предпочетохме пътешествие в света на мотопетелта пред меден месец, но издателският бизнес е пълен с препъникамъни. Самоиздаването - още повече“, смее се тя.

Издателство „Мармот“ се появява няколко години по-късно, след като семейството научава целия процес. „Казахме си: Защо да не впрегнем този опит в нещо още по-градивно? Мисля, че се получи добре. Тепърва ни предстои да развиваме бранда.“ Проектът получава стимул и с публикуването на цялата поредица за мотопетелта в Китай през 2018 г. За по-малко от половин година тя се продава в почти 50 000 екземпляра.

There were some 20 bad years for children's literature – it was seen as unimportant, cheap, not only in quality but also in price. But the small boutique publishing houses set the trend for beautiful, meaningful books, for contemporary authors. Children's books don't have to be cheap,” so begins our conversation about the new children's books with Radostina Nikolova, author of the series about the Motts.

She is from the generation of children's literature authors, together with Nikola Raykov and the “mother” of “Tina and a Half” – Julia Spiridonova, who are not inferior in literary and business skills, in social commitment to names on the global stage. Some of them started from the very beginning with their own publishing house, based on modern-day business models. Most of all, they can sense the market well.

According to a study on the book market of the American Booksellers Association for the period March 2018 to March 2019, fiction and children's literature are at the heart of sales growth in 2015-2019. According to The Report Buyer.com analysis and forecasts for the book market for the period 2019-2024, children's literature represents at least a third of book sales in the world, and the competition is growing. The readers' parents find them more often on the web, through their personal presence and positions, and associate with them because they respond to the desires and problems that they do not see in their own children's books. There are more opportunities for start-up publishing houses and self-publishing, online and international distribution, and non-traditional advertising. Technological printing costs are decreasing, but on the other hand, the cost for more qualitative paper and better illustrations is increasing.

Nikola Raykov started his creative and business journey with the experimental gametales “The Big Adventure of the Little Gremlin” and then the “The Even Bigger Adventure of the Little

Юлия Спиридонова е може би най-традиционният писател сред моите събеседници. Преди да издаде първата си книга, тя има много филмирани сценарии, позната е и с разказите си. „В края на 90-те беше много трудно да се намери издател. Може би това, че по моите приказки вече се снимаха телевизионни серии, направи нещата малко по-лесни. За първа своя издателка смятам Маруся Якова от издателство „Дамян Яков“. След това мои книги издаде „Фют“, а от 12 години „Кръгозор“ издава „Тина и половина“, трилогията „Страната на сънищата“, „Боби и тайните агенти на Дядо Колега“.

Три поредни години тя е номинирана за най-голямата световна награда за детска литература „Астрид Линдгрен“ (2016 г., 2017 г. и 2018 г.) и читателите ѝ са тези, които показват и разказват за книгите ѝ и така лека-полека те си прокарват път навън - го Франция, Унгария, Румъния, Чехия и т.н. „Спомням си, че едно момиченце от български произход, което живееше в Австралия, ми писа, че там нямало страхотна книга като „Тина и половина“, затова смятала да преведе няколко глави и да я предложи на австралийско издателство. Неочаквано книгите ми, издадени на български, достигнаха до най-далечни кътчета по света“, завършва тя.

Никола казва, че най-добрият път към чуждите издателства минава през участието на международните книжни панаири. Радостина е съгласна, че те не са „нещо недостижимо или затворено за нас“. „Напоследък виждаме много примери и за детски книги, които намират своя път навън. Но нямаме разработени канали, нито традиции в това да работим с чужди издатели. Българските издатели не са достатъчно мотивирани да предлагат своите автори на международните си партньори. Обикновено усилията идват от самия автор. Аз стигнах до Китай след среща с испанско издателство на Панаира на детската книга в Болоня,“ разказва тя.

И тримата ми събеседници виждат потенциал и в българския пазар на книги. Никола казва, че националният пазар на детската литература в България е добър. Добрата новина, според Радостина, е, че гледят за „красиви, смислени книги, за съвременни автори“ кара и големите издателства да мислят в тази посока. „Респективно се увеличава още повече конкуренцията. В крайна сметка така се превъзпитават масовият вкус“.

Авторката на мотозетата е единствената сред тримата с опит в партньорства с популярни търговски марки. Тя казва, че стига да не са представени натрапчиво, да са

„Gremlin“ appeared. His first book is already selling in Latvia, Romania, Moldova, and the gametale “The Goodies” – in China.

“I started with my own publishing house with my first book. I had some savings that I used for the first edition,” he says. The edition was sold out in 6 months, with sales taking place only directly and online, both in paper and electronic form. “I focused on this model, as it seems unfair for distributors to receive 50% of the book price. I only use my own website and do not sell through other platforms.”

Radostina Nikolova, author of the series “The Adventures of Motts”, also chose self-publishing after being offered “rather strange conditions” for the publishing of her first book. Her husband and she funded the first edition with the money put aside for their wedding trip. “We chose a trip to the world of the Motts over a honeymoon, but the publishing business is full of stumbling blocks. Self-publishing – even more,” she laughs.

The Marmot Books Publishing House appeared a few years later after the family learned the whole process. “We said to ourselves: Why not use this experience for something even more constructive? I think it worked out fine. We are yet to develop the brand.” The project was also encouraged by the release of the entire Motts series in China in 2018. In less than half a year, it was sold out in nearly 50,000 copies.

Julia Spiridonova is probably the most traditional writer among my interlocutors. Before publishing her first book, she had many filmed scripts and was known for her short stories. “In the late 1990s, it was very difficult to find a publisher. Maybe the fact that TV series were already being made based on my tales made things a little easier. My first publisher was Marusya Yakova from Damyan Yakov Publishing House. After that, my books were published by Fyut, and for 12 years now, Kragozor has been publishing “Tina and a Half”, the trilogy “The Dreamland”, “Bobby and Santa’s Secret Agents.”

For three consecutive years, she has been nominated for the biggest children’s literary award – Astrid Lindgren, (2016, 2017 and 2018) and her readers are the ones who show and tell about her books, and thus, step by step, they make their way out to France, Hungary, Romania, the Czech Republic, etc. “I remember a girl of Bulgarian descent who lived in Australia and who wrote to me that there was no greater book out there than



Книгите на Юлия Спиридонова

Julia Spiridonova's books



със сходна мисия, това не гразни читателите. Според нея това е все още неразработен канал за реклама и възможност да се оптимизират разходите по създаването на една книга.

Но засега Фейсбук остава един от най-ефективните канали за популяризиране на книгите. Радостина, също като Никола, използва своя опит в онлайн маркетинга и го предпочита пред традиционните продажби. „И за мен разпространението в търговските мрежи е по-скоро престиж. С директни и онлайн продажби спестявам от високата търговска отстъпка, която давам на книжарниците“, допълва тя.

Юлия не се занимава с маркетинга на книгите си, но опознава читателите си чрез своите социални инициативи - тя е основател и организатор на благотворителната инициатива „Където живеят деца, трябва да има детски книги“ и на четенията „Кой обича приказки“. На тези събития не се четат нейни книги, но децата я разпознават като „Юлка“. „Не е лошо родителите да разберат веднъж завинаги, че любовта към четенето няма да гоиде в училище. Тя се възпитава и у дома“, допълва и Радостина.

И тримата автори – Никола, Радостина и Юлия, можете да срещнете на живо най-често на четене в някое читалище или панаир на книгата. Радостина казва, че много училища, библиотеки и активни родители я канят да им гостува, води класове и лекции по творческо писане.

За нея и семейството ѝ издателската дейност все още е „призвание с елементи на бизнес“. Никола също разработва книгите изри първо с идея какво би му харесало, а не като продукт. А Юлия е писател с отворени очи към света на децата, който понякога е „мвърде смел“ за издателите си или „по-скоро деликатна и мека“, според младите си почитатели. И тримата - Радостина, Юлия и Никола, обаче са нужни и на читателите, и на бизнеса, защото пътят на книгите им променя кръстопътя на книгоиздаването. (1)

“Tina and a Half”, so she planned to translate a few chapters and offer it to an Australian publisher. Unexpectedly, my books published in Bulgarian reached the farthest corners of the world,” she concludes.

Nikola says that the best way to foreign publishing houses is through participation in international book fairs. Radostina agrees that they are not “something unattainable or closed to us.” “Recently, we have seen many examples of children’s books, which find their way out. But we have neither developed channels nor traditions in working with foreign publishers. Bulgarian publishing houses are not motivated enough to offer their authors to their international partners. Usually, the efforts are put by the authors themselves. I reached China after a meeting with the Spanish publishing house at the Children’s Book Fair in Bologna,” she says.

All three of my interlocutors also see potential in the Bulgarian book market. Nikola says that the national market for children’s literature in Bulgaria is good. The good news, according to Radostina, is that the hunger for “beautiful, meaningful books, for contemporary authors” also urges big publishers to think in this direction. “Respectively, competition increases even more. After all, this is how the taste of the majority is transformed.”

The author of the Motts is the only one of the three who has experience in partnerships with popular brands. She says that as long as they are not presented intrusively and have a common mission, it does not annoy readers. According to her, this is still an underdeveloped advertising channel and an opportunity to optimize the costs for creating a book.

But for now, Facebook remains one of the most effective channels for book promotion. Like Nikola, Radostina uses her experience in online marketing and favours it over traditional sales. “For me, distribution in retail networks is more about prestige. With direct and online sales, I save on the high trade discount I give to book shops,” she adds.

Julia is not involved in the marketing of her books, but she does get to know her readers through her social initiatives – she is the founder and organizer of the charity initiative “Where Children Live, There Should Be Children’s Books” and the “Who Loves Tales” readings. At these events, her books are not being read, but children recognize her as “Yulka”. “It is high time parents understood once and for all that the love for reading will not come from the school. It is also learned at home,” Radostina adds.

All three authors – Nikola, Radostina and Julia, can be found in person most often at a reading in a community centre or a book fair. Radostina says that many schools, libraries and active parents invite her to visit them, take classes and give lectures on creative writing.

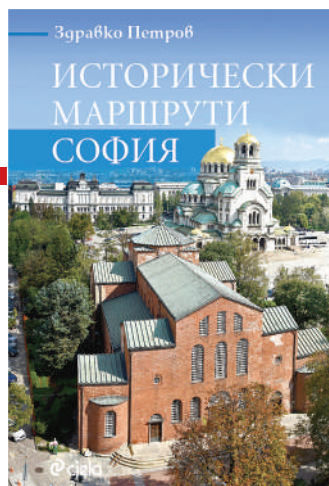
For her and her family, publishing is still a “calling with elements of business.” Nikola also develops the gametales first with the idea of what he would like rather than seeing it as a product. And Yulia is a writer with an open eye to the world of children who is sometimes “too bold” for her publishers or “rather delicate and soft”, according to her young admirers. All three, Radostina, Julia and Nikola, however, are needed by readers and business alike, because the path of their books changes the crossroads of book publishing. (1)

Нови заглавия от **Сиела** New titles by Ciela

Пътеводител в историята и архитектурата на София

Автор: *Здравко Петров*

Искате ли да научите за римското градоустройство на Улпия Сердика, да разберете къде е била османската часовникова кула на София и какви са били съдбите на архитектите, дали облика на българската столица с талант и вдъхновение? Пътеводителят „Исторически маршрути: София“ ще ви помогне да се ориентирате в интригуващото културно наследство и разнообразие от архитектурни стилове на града. С над 200 снимки и картички, тази книга е безценен помощник за всеки, поел по софийските улици в търсене на красиви сгради и любопитни сюжети от миналото.



Цена: 25 лв.

Guidebook to the History and Architecture of Sofia

Author: *Zdravko Petrov*

Do you want to learn more about the Roman city planning of Ulpia Serdica, to find out where the Ottoman clock tower of Sofia was and what were the fates of the architects who, with their talent and inspiration, shaped the appearance of the Bulgarian capital? The *Historic Routes: Sofia guide* will help you find your way in the intriguing cultural heritage and diversity of the city's architectural styles. With more than 200 photographs and postcards, this book is an invaluable assistant to anyone who has taken the streets of Sofia in search of beautiful buildings and intriguing stories from the past.

Price: BGN 25

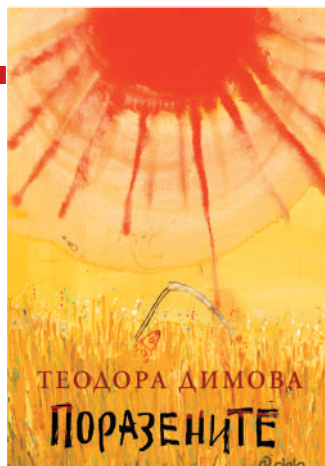
„Поразените“

Автор: *Теодора Димова*

Група жени, чиито мъже са убити, вървят в леденото февруарско разсъмване към мястото на убийството. Вали сняг. Жените не говорят. Като някакви черни мироносици, но не за да възвестят радостната вест, а за да видят ямата, където със сгурия са засипани телата на мъжете и бащите им.

Роман за три жени и едно дете, които преминават през тежки за нашата история събития. Те са поразени от тоталитарния режим, установил се чрез съветската окупация след деветосептемврийския преврат.

Цена: 18 лв.



The Overwhelmed

Author: *Teodora Dimova*

A group of women whose husbands have been killed are walking in the freezing February dawn to the scene of the murder. It is snowing. The women are not talking. Like some black peacemakers, but not to announce the good news, but to see the pit where their husbands and fathers' bodies are covered with cinder.

A novel about three women and one child who went through harsh events from our history. They were overwhelmed by the totalitarian regime established by the Soviet occupation after the 9 September coup d'état.

Price: BGN 18

„АК-47. Оръжието на XX век“

Автор: *К. Дж. Чивърс*

Михаил Тимофеевич Калашников е името на 25-годишния старши сержант и бивш командир на танк, на когото се приписва официално дизайнът на най-популярното оръжие в света: АК-47, по-известен като автомат „Калашников“.

Цена: 19,90 лв.



AK-47: The Weapon of the 20th Century

Author: *C. J. Chivers*

Mikhail Timofeyevich Kalashnikov is the name of the 25-year-old sergeant major and former tank commander who is officially credited with designing the world's most popular weapon: the AK-47, better known as the Kalashnikov assault rifle.

Price: BGN 19.90



Незабравим ВКУС,
ЕМОЦИЯ и ИЗЖИВЯВАНЕ
в сърцето на София
– *ресторантът за хората със стил!*



В какво се превръща ракията

„Стралджанска“ представя качествения вкус на националната напитка в нова модерна форма

What Does Rakia Turn into

Straldzhanska presents the quality taste of the national drink in a new modern form

За разлика от други нации, които стартират вечерята си с вино, а завършват с подобни на ракията напитки като джестив, ние, българите, предпочитаме да започнем именно с висококачествена ракия. Днес ви разказваме историята на една от най-емблематичните родни марки „Стралджанска“, които олицетворяват съвременния път, който извървя това питие.

През 1986 година „Вила Ямбол“, тогава „Винпром Ямбол“, бутилира първата мускатова ракия в България като продукт, достъпен за масовите потребители. Това е именно „Стралджанска“. Нейната рецепта е семейна, предава се от векове в региона на Ямбол и до днес точните пропорции са запазени в старата изба. Една от най-важните съставки на добрата ракия е именно, че се опира на традициите, разказват от екипа на „Вила Ямбол“. Гордост за производителя е, че прави ракията от собствени лозови масиви от сортовете Мускат Отонел и Тамянка. Те са много близо до самата изба, което позволява гроздето да се транспортира в максимално кратки срокове. Така се съхраняват особеностите на сортовете грозде.

Друг интересен факт, свързан с производството на „Стралджанска“, е, че „Вила Ямбол“ е една от малкото изби със собствено звено за производство на бъчви. В тяхната работилница и до днес работи най-старият бъчвар в България бай Вълчо, който продължава да предава опита си на по-младите. За бъчвите за ракия се използва български дъб. Именно качествената дървесина обогатява и формира финалните нюанси в аромата и вкуса на „Стралджанска“, убедени са технолозите на избата. Цветът на „Стралджанска“ е лек, кехлибарен. На нос се открива чист мускатов аромат с тонове на роза и смокиня. Вкусът е пътен на добре узрял мускат.

Днес „Стралджанска“ се е наложила като предпочитана марка на хората, за които консумацията е въпрос на удоволствие и искат да се възнаградят за постигнатото. Тя е за ценителите на хубавата и качествена

Unlike other nations that start their dinner with wine and end with rakia-like beverages, such as digestives, we, Bulgarians, prefer to start with high-quality rakia. Today, we will tell you the story of one of the most iconic local brands, Straldzhanska, which is an epitome of the long way this drink has gone to turn into what it is today.

In 1986, Villa Yambol, at that time, Vinprom Yambol, bottled the first Muscat rakia in Bulgaria as a product available to the general public. This is exactly the Straldzhanska rakia. Its recipe is a family one, it has been around for centuries in the Yambol region, and to this day, the exact proportions are kept in the old cellar. One of the most important ingredients of a good rakia is that it is based on traditions, Villa Yambol's team says. The producer is proud that they make rakia from their own vineyards of the Muscat Ottonel and Tamianka varieties. They are very close to the cellar, which allows for the grapes to be transported in the shortest time possible. This preserves the peculiarities of the grape varieties.

Another interesting fact related to the production of Straldzhanska is that Villa Yambol is one of the few cellars with its own barrel production unit. The oldest barrel maker in Bulgaria, Bay Valcho, works in their workshop to this day and continues to pass on his experience to the younger people. Bulgarian oak is used for the rakia barrels. It is the quality wood that enriches and shapes the final nuances in the aroma and taste of Straldzhanska, the winery's technologists are convinced. The colour of Straldzhanska is light, amber. A clear Muscat aroma with tints of rose and fig tickle the nose. The taste is rich, of a well-ripen Muscat.

Today, Straldzhanska has established itself as a preferred brand



S
— RAKIA —
STRALDJANSKA

ВКУСЪТ Е В ДЕТАЙЛИТЕ

ракия. Тя се предлага в два варианта - Отлежала и Специална селекция, разпределени в степенята на отлежаване – от 1 година до 3 години. И двете разновидности се продават в уникални, дизайнерски бутилки. Естествена част от модерния път, който бавно извървява ракията, е представянето ѝ в по-съвременен начин на консумация – а именно в коктейли. Това е мисията, за която застава тази есен ракия „Стралджанска“. Марката налага нов прочит на шаблона „ракия със салата“ като от септември представя уникална коктейлна платформа, включваща 6 коктейла – интерпретации на класически, както и нови такива. Това са БЛЪДИ МАРИЯ, СТРАЛДЖА ХАЙБОЛ, СТРАЛДЖА ШПРИЦ, СТРАЛДЖА ОЛД ФЕШЪН, ЕНЕРДЖИ ХАЙБОЛ и СТРАЛДЖА САУЪР. Пълните рецепти може да откриете на: <http://straldjanska.online/index.html> За българина ракията винаги ще има специално място на трапезата и в сърцето му. Сега е време да се утвърди и в бара. А „Стралджанска“ показва, че когато вкусът е в детайлите, тази мисия изглежда възможна. (i)

for people for whom consumption is a pleasure and who want to be rewarded for what they have achieved. It is for connoisseurs of the good and quality rakia. It is available in two variants – Matured and Special Selection, distributed according to its maturity, from 1 year to 3 years. Both varieties are sold in unique, designer bottles. A natural part of the way, which the contemporary rakia slowly moves along, is its presentation in a more modern way of consumption – namely in cocktails. This is the mission that the Straldzhanska rakia will take on this autumn. The brand calls for a new reading of the “rakia with salad” pattern, introducing a unique cocktail platform from September, including 6 cocktails – interpretations of classic, as well as new ones. These are BLOODY MERRY, STRALDZHA HIGHBALL, STRALDZHA SPRITZ, STRALDZHA OLD FASHION, ENERGY HIGHBALL and STRALDZHA SOUR. You can find the full recipes at: <http://straldjanska.online/index.html>. For the Bulgarian, the rakia will always have a special place on the table and in their hearts. Now, it's time for it to establish itself in bars, too. And Straldzhanska shows that when the taste is in the details, this mission seems possible. (i)





автомобилни нюанса

Или как да разгадаем характера според цвета на колата

Shades of a Car

Or how to read one's character according to the colour of the car

Илиян Цветанов  Iliyan Tsvetanov

Никакъв мистицизъм и езотерика, а само наука. На важния въпрос какво казва цветът на колата за собственика ѝ, отговарят професори и доктори на науката. Това са Марси Куперман, професор по теория на цветовете (да, и такива има!) от студиото по дизайн Parsons The New School of Design в Ню Йорк, докторът по психология Сали Огъстин, която консултира някои от най-прочутите брандове в света, и консултантът по цветовете Леатрис Айзeman, с чиято помощ известни звезди от шоубизнеса изграждат имиджа си. Заедно те стигат до общ извод - цветът на автомобила доста точно описва собственика на превозното средство.

Червен

Хората, които съзнателно избират червени коли, обикновено са общителни, импулсивни, весели и доста агресивни. Те са амбициозни, решени да постигнат целите си и искат да живеят „в пълна степен“. Те обичат да са в центъра на вниманието, да влизат в активни спорове и да се считат за лидери. С червената си кола те показват на света, че са достойни за внимание. Този цвят всъщност е „пътен екхибиционизъм“.

Сив

Диаметрално противоположен на описания по-горе тип. Водачите на сиви автомобили не обичат да се открояват. Те са консерватори, поддръжници на традициите и на балансираните решения. Обичат постоянството, гържат се с достойнство, спокойно и очакват същото поведение от другите. Не им пука за статута, смятат такива неща за дреболия. Грижливи са към природата, внимателни са и готови на компромиси. Хората, които избират автомобил със сив цвят, обикновено са много практични и прагматични.

Сребрист

Сребристият свят съвсем не е

No mysticism or esotericism, but just science. Professors and doctors of science answer the important question of what the colour of the car says about its owner. These are Marcy Kupperman, a Professor of Colour Theory (yes, there are such people!) from the Parsons The New School of Design studio in New York, the Psychologist Sally Augustin, PhD, who advises some of the world's most famous brands, and the colour consultant Leatrice Eiseman, with whose help celebrities from the show business build their image. Together, they come to a common conclusion – the colour of the car quite accurately describes the owner of the vehicle.

Red

People who consciously choose red cars are generally sociable, impulsive, cheerful and quite aggressive. They are ambitious, determined to achieve their goals and want to live "to the full." They like to be at the centre of attention, to engage in active disputes and be considered leaders. With their red car, they show the world that they are worthy of attention. This colour, in fact, is "road exhibitionism."

Grey

Diametrically opposite to the type described above. Drivers of grey cars do not like to stand out. They are conservative, supporters of traditions and balanced decisions. They love perseverance; they are dignified, calm and expect the same behaviour from others. They do not care about status, they consider such things trifles. They care about the environment; they are attentive and willing to compromise. People who choose a grey car are usually very practical and pragmatic.

Silver

The silver world is not grey. For the fans of silver,



сив. За любителите на среброто статутът и престижът са много важни неща. Ако обичате сребристия цвят, вие сте практични, активни, изобретателни, умни и с добър вкус. В крайна сметка, именно среброто перфектно маскира мръсотията в онези случаи, когато нямате време да въведете ред в автомобила поради активния си начин на живот. Феновете на сребристия цвят ценят елегантността, подкрепена от малко блясък.

Син

Синият цвят е специален, защото ценителите му са хора с чувство за справедливост и съпричастност. В същото време те са верни, оптимисти, лесно понасят стреса и са устойчиви на ударите на съдбата. Семейни хора, които са честни и ценят искреността. Обичат, когато останалите ги считат за мъдри.

Зелен

Феновете на зеления цвят могат да се похвалят с прекрасна черта на характера - те имат отлично самочувствие и не се интересуват от мнението на останалите. Независимо от това, те са любезни, търпеливи, спокойни и неспособни да кажат „не“. Често ги експлоатират, защото са наистина готови да помогнат на всеки, който има нужда. Според експертите зеленият цвят е най-балансираният и естествен в природата. Колкото по-тъмнозелено обича човек, толкова повече може да разчитате на него. Малко вероятно е да ви предаде, заблуди или подведе.

Кафяв

Любителите на всички нюанси на кафявото са най-земните хора. Те искат да стоят твърдо на земята и не се страхуват от бъдещето. Трудно приемат промените, безразлични са към изненадите и предпочитат да знаят, а не да предполагат. Не преследват специална естетика и комфорт. Основното за тях е практичността, надеждността, ефективността и изгодата.

Жълт

Жълтото е цветът на радостта и щастието. Ако обичате този цвят, значи сте в състояние да виждате положителните неща във всичко и да се чувствате щастлив човек и късметлия. Нищо чудно, че по нашите пътища има много малко автомобили с такъв цвят. Човек, който избира жълтото, знае какво привлича вниманието и не се притеснява от това. Той е весел и има добро чувство за хумор.



Златист

Много рядък цвят сред автомобилите. Независимо от факта, че мно-



the status and prestige are very important things. If you love the silver colour, you are practical, active, creative, smart and tasteful. Ultimately, silver perfectly masks dirt in those cases when you do not have time to tidy up your car order because of your active lifestyle. Fans of silver appreciate elegance, backed up by a little glitter.



Blue

The blue colour is special because its fans are people with a sense of justice and empathy. At the same time, they are faithful, optimistic, handle stress easily and are resistant to the blows of fate. Family people who are honest and appreciate sincerity. They love it when others think they are wise.

Green

Green colour fans can boast of a beautiful character trait – they have excellent self-esteem and are not interested in the opinions of others. Nonetheless, they are kind, patient, calm and incapable of saying no. They are often exploited because they are really ready to help anyone who needs help. According to experts, the green colour is the most balanced and natural. The darker shade of green one loves, the more you can rely on them. They are unlikely to betray, deceive or mislead you.

Brown

The fans of all shades of brown are the most earthy people. They want to stand firm on the ground and are not afraid of the future. They find it difficult to accept changes, are indifferent to surprises, and prefer to know rather than to suggest. They do not pursue special aesthetics and comfort. The important thing for them is practicality, reliability, efficiency and benefit.

Mr. & Mrs.
ИКОНОМИКА
2019



*Форумът на
успешните бизнес лидери*

го хора свързват златото по колата с прекален блясък и неуместност, привържениците на този цвят имат добър интелект, силен характер, ценят комфорта и знаят как да печелят пари.

Оранжев

Този цвят също рядко се среща у нас. И това си има обяснение. Работата е в това, че любителите на оранжевото са революционери, хора, които винаги плават срещу течението и не обръщат внимание на мнението на околните. Те са артистични, креативни и оригинални. И освен това невероятно очарователни.



Черен



Цветът на мощта и силата. Увереност в себе си и в утрешния ден. Цвят на статута и имиджа. Лош по отношение на поддържане чистотата на колата. Визуално прикрива някои детайли от дизайна на автомобила, поради което черното рядко се използва за показване на експонати на автомобилни изложения. Но, ако изборът на черна кола е направен съзнателно, то вие сте достоен и привлекателен човек, който обаче крие много от останалите. Вие сте извън времето, модата и тенденциите. Защото вие оформяте тези тенденции.

Бял/светлобежов

Много светлите цветове се асоциират с чистота, свежест и невинност. А собствениците на такива автомобили определено са привърженици на чистотата. Както буквално, така и в преносен смисъл. Те са перфекционисти, изискани, елегантни, стилни и уверени в себе си. Редът е навсякъде около тях - в колата, в жилището, в живота въобще. Хаосът и объркването за тях са стресиращи, а подреждането - лек за всички болести. Освен това любителите на много светлите цветове са привърженици на всичко ново и технологично напреднало. Ценят модата, имиджа, интелигентността и богатството. ☺

Yellow

Yellow is the colour of joy and happiness. If you love this colour, then you are able to see the positive things in everything and to feel happy and lucky. No wonder there are very few yellow cars on the roads in Bulgaria. The person who chooses yellow knows what attracts attention and does not worry about it. They are cheerful and have a good sense of humour.

Golden

Very rare colour among cars. Despite the fact that many people associate gold in the car with excessive glare and inappropriateness, supporters of this colour have good intelligence, strong character, appreciate comfort and know how to make money.

Orange

This colour is also rare in Bulgaria. And there is an explanation for that. The thing is that the orange fans are revolutionaries, people who always swim against the current and ignore the opinion of others. They are artistic, creative and original. And, also, incredibly charming.

Black

The colour of strength and power, confidence in yourself and in tomorrow. Colour of status and image. Poor in terms of maintaining the cleanliness of the car. Visually concealing some details of the car's design, the black is rarely used to display samples at car exhibitions. But if the choice of a black car is made consciously, then you are a decent and attractive person, but hiding a lot from the others. You are outside of time, fashion and trends. Because you are the one shaping them.

White/light beige

The very light colours are associated with purity, freshness and innocence. And the owners of such cars are definitely supporters of cleanliness. Both literally and in the figurative sense. They are perfectionists, exquisite, elegant, stylish and confident in themselves. Order is all around them – in the car, at home, in life in general. Chaos and confusion for them are stressful, and putting things in order – a cure for all illnesses. In addition, the fans of very bright colours support everything new and technologically advanced. They value fashion, image, intelligence and wealth. ☺



INSA[®]

MOTOR OILS



НАЙ-НОВИТЕ МАСЛА



online shop
www.insa-motoroils.com



Паметта на градските стени

Д-р Снежина Бисерова добавя нова художествена стойност на свои авторски фотографии и чрез специална техника ги превръща в документи на времето

The Memory of Urban Walls

Dr. Snezhina Biserova adds new artistic value to her own photographs and by using a special technique, she turns them into documents of time



Татяна Явашева  Tatyana Yavasheva

Градът е жив организъм и неговите обитатели по един или друг начин оставят отпечатък. Градските стени имат своя памет, която съхранява настроения и възбуждения, виждания и несъгласия на хората. Д-р Снежина Бисерова ги превръща в документи на времето, като им добавя нова художествена стойност.

Отпечатъци

„В състояние на медитация времето изчезва. В реалния живот обаче времето се отъждествява с човешката история. То е мерна единица за екзистенцията. Историята е човешкото време – единственото време. Градските стени са време. Хората пишат своето време, ден след ден... Хората творят изку-

The city is a living organism and its inhabitants, in one way or another, leave a mark. Urban walls have their own memory that keeps people's moods and inspiration, views and disagreements. Dr. Snezhina Biserova turns them into documents of time by adding new artistic value.

Imprints

„In a state of meditation, time disappears. In real life, however, time is identified with human history. It is a unit of measurement of existence. History is human time – the only time. City walls are time. People write their time, day after day... People make art. Art is





ство. Изкуството е време“... Това е своеобразното въведение на д-р Бисерова към нейната графична серия ГРАДСКИ СТЕНИ/URBAN WALLS. Тя използва свои фотографии на реалната градска среда, с конкретните за време и място послания. Така хартията запазва спомен за отдавна минали и забравени събития. Своеобразните колажи, породени от времеви наслоявания, са съхранени в автентичния им вид, но авторката включва и други взаимодействия, които дават нов смисъл и нов прочит, претворени в художествени артефакти. Работите представляват художествена трансформация на фрагментирани образи от град-

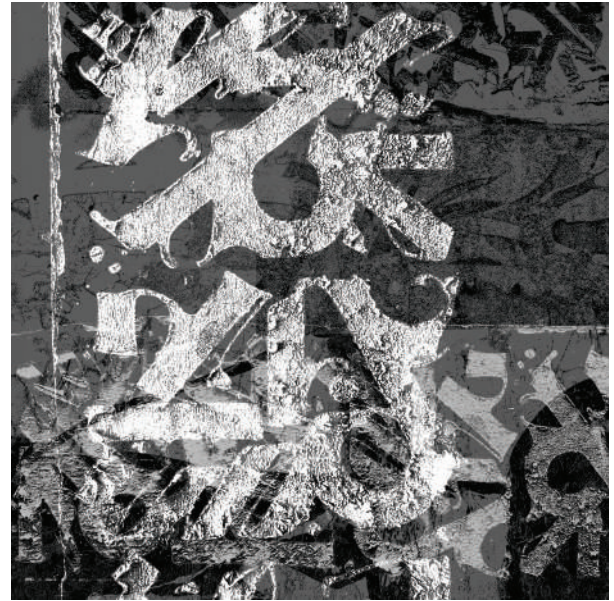
time...” This is Dr. Biserova’s one-of-a-kind introduction to her graphic series URBAN WALLS. She uses her photographs of the real urban environment with time and place specific messages. Thus, paper retains a memory of long lost past and forgotten events. The unique collages originating from temporal overlaps are preserved in their authentic form, but the author also includes other interactions that give new meaning and a new reading, translated into artistic artefacts. The works represent an artistic transformation of fragmented images of urban cultural disorder. Digital software is the tool through which Snezhina Biserova turns urban walls into a mirror of human presence, which gives way to the

new moods in the constantly changing city. With white gloves, you can also open the bilingual art book URBAN WALLS, which have preserved the visual reflections and thoughts of Snezhina Biserova about the time and the colourful life that leaves a black and white imprint.



Personal Testimonies

Snezhina Biserova is a PhD in Graphics and Technology, Chief Assistant in the Department of Visual Arts at Sofia University “Sv. Kliment Ohridski.” She graduated from the Ilia Petrov School of Fine Arts, and then the Graphics programme of the National Academy



ския културен безпорядък. Дигиталният софтуер е инструментът, чрез който Снежина Бисерова превръща градските стени в огледало на човешко присъствие, което отстъпва място на новите настроения в постоянно променящия се град. С бели ръкавици може да разтворите и двуезичната арт книга ГРАДСКИ СТЕНИ, съхранила визуални отражения и мисли на Снежина Бисерова за времето и пъстроцветния живот, който остава черно-бял отпечатък.

Лични свидетелства

Снежина Бисерова е г-р по графика и технология, главен асистент в катедра „Визуални изкуства“ в СУ „Св. Климент Охридски“. Завършила е СХГ „Илия Петров“, след което се дипломира в специалност „Графика“ на НХА и става преподавател по графика. Разработва и развива редица нетоксични техники. През 2004-а въвежда за пръв път в България новата техника силиграфия - метод за повърхнен печат, с който успешно се създават оригинални графични произведения. Реализира свои самостоятелни изложби, участва и в над 100 национални и международни групови изложби, като многократно е награждавана. Нейни творби са притежание на ценители и на музеи у нас и по цял свят.

Бетонните стени на столичната галерия „Сан Стефано“ няма да съхранят спомена, след като творбите на Снежина Бисерова вече са свалени. Тази привилегия те оставят на колекционерите. И на човешката памет на хората, видели тази изложба. (1)

of Arts, later becoming a lecturer in Graphic Arts. She has developed a number of non-toxic techniques. In 2004, for the first time in Bulgaria, she introduced the new technique of siligraphy – a method of surface printing, which successfully creates original graphic works. She has her own solo exhibitions; she has participated in more than 100 national and international group exhibitions and has been rewarded many times. Her works are possessions of connoisseurs and museums in Bulgaria and around the world.

The concrete walls of the San Stefano Gallery in Sofia will not preserve the memory after Snezhina Biserova's works have already been removed. They leave this privilege to collectors. And to the memory of the people who have visited this exhibition. (2)



Богатството на пътешественика

Пътуването е моят начин да видя как е устроен светът и по-добре да разбера хората, живота и самия себе си, казва Кирил Свраков

Travelling is my way of seeing how the world is made and better understanding people, life and myself, Kiril Svrakov says

The Wealth of Waygoer



Кирил Свраков © Kiril Svrakov

Кирил Свраков в Кашгар, Китай
Kiril Svrakov in Kashgar, China

Татяна Явашева  Tatyana Yavasheva

Светът е голяма книга, която трябва да бъде прочетена, но онзи, който не пътува, остава на първата ѝ страница, твърди св. Августин Блажени. Кирил Свраков е прочел доста страници от тази „книга“. Бил е в над 120 страни и е обикалял в тях, но не като турист, който си прави селфи за Фейсбук. В Инстаграм ще го откриете като #waygoer – неологизъм със значението на човек, който пътува, за да опознае света.

The world is a book, and those who do not travel read only one page, St. Augustine of Hippo claims. Kiril Svrakov has read many pages of this “book”. He has been to more than 120 countries, but not as a tourist who takes selfies for Facebook. On Instagram you will find him as #waygoer – a neologism meaning a person travelling to explore the world.



Замбуя
Zambia

Път

В този глобален свят може да избираш какво да правиш с живота си. Самият той, когато станал на 16, заедно с майка си се преместил в Ню Йорк. Няма съмнение, че това е центърът на света, най-хубавото място за живеене. Докато не започнал да пътува... Първоначално мислел, че една година ще е достатъчна за околосветска обиколка. Но пътешествието продължило осем години и след известно прекъсване, в което работил, за да набави финансов ресурс, отново се върнал към пътуването като начин на живот.

Защо

„Прекаленото заседяване на едно място може да предизвика убийствени емоционални отлагания у човека. Това е знак, че трябва да поемеш нанякъде, за да вдъхнеш чист въздух, да усетиш вятъра. Пътешествието не е преместване от едно място на друго и човек трябва да съзрее за него. То е преживяване, размишление, търсене на отговори...“ – в този кратък цитат на именития полски журналист Ришард Капушчински се съдържат усещания, които Кирил Свраков изпитва. Тук са и част от отговорите защо пътува.

Какъге

За да пътешестваш, трябва да си готов на това. Много хора се спират още при мисълта, че е нужно финансиране. Кирил обаче се е убедил, че искаш ли силно, винаги се намира начин. Някои отсядат в петзвездни хотели, но повечето пътуват с оскъдни средства. Време, желание и малко пари – е всичко, което стига да тръгнеш по света. Най-напред обаче трябва да напуснеш зоната на комфорта. Изморително е, понякога има рискове, опасности, изпитания, но всяка нова страна е нова тръпка. Хоризонтът отваря нови перспективи. Пътуването става твоят наркотик, твърди Кирил Свраков.

Пръстът на съдбата

Пътешествията всъщност са едно голямо пътуване към себе си. Те прекрояват човека отвътре. Кирил се е убедил, че съдбата обича смелите, но тя има свои плано-



Path

In this global world, you can choose what to do with your life. He moved to New York with his mother when he was 16. For him, there was no doubt that this was the centre of the world, the best place to live. Until he started travelling... At first, he thought that one year would be enough for a trip around the world. But the journey lasted eight years, and after some interruption in which he worked to raise funds, he returned to travelling as a way of life.

Why

“Staying for too long at one place may lead to deadly emotional setbacks in a person. This is a sign that you need to go somewhere in order to breathe in some fresh air, to feel the wind. A journey is not moving from one place to another, and one must mature for it. It is an experience, a reflection, a search for answers...” – this short quote of the





Нена
Nepal

ве за всеки. За него 26 декември 2004 г. е паметна дата. Тогава мощно земетресение по североизточните брегове на остров Суматра предизвика чудовищно цунами, което помете Индийския океан и уби повече от 226 000 души. Бедствието поразя крайбрежните райони на 14 държави. А само няколко часа преди то да удари, Кирил Свраков си тръгва от тайландския остров Пукет, който беше от най-засегнатите зони. През юли 2006 г. е в Египет и усилено търси самолетен билет, за да стигне в курорта Шарм ел Шейх. Но дни наред – никакъв билет! Няма и няма. Кирил е твърдо решен да отиде там и тръгва с автобуси и ферибот. Пристига в курорта няколко часа след бомбените атаканти, които отнеха живота на близо 90 души и пострадаха мнозина.

Училище за смелите

Пътешествията са най-доброто училище. Когато някой вече е изобретил нещо и то работи, просто го приложи,

famous Polish journalist Richard Kapuszczyński contains the feelings that Kiril Svrakov has. Here are also some of the answers to why he travels.

Where to

In order to travel, you must be prepared for it. Many people stop at the thought that funding is needed. However, Kiril has come to the conclusion that if you want something very much, there will always be a way. Some stay in five star hotels, but most travel with scarce funds. Time, desire and a little money – this is all you need to go around the world. But first, however, you have to leave your comfort zone. It is tiring, sometimes there are risks, dangers, trials, but every new country is a new thrill. The horizon opens up new perspectives. Travelling becomes your drug, Kiril Svrakov says.

The Finger of Fate

Travelling is actually a big journey to yourself. It reshapes you on the inside. Kiril is convinced that fate loves the brave, but it has its own plans for everyone. For him, 26 December 2004 is a memorable date. Then, a strong earthquake along the north-east coast of Sumatra caused a monstrous tsunami that swept the Indian Ocean and killed more than 226,000 people. The disaster struck the coastal regions of 14 countries. And just a few hours before it struck, Kiril Svrakov was leaving the Phuket island of Thailand, one of the most affected areas. In July 2006, he was in Egypt and was searching hard for a plane ticket to get to the Sharm el Sheikh resort. But for days on end – there was no ticket! Nothing. Kiril was determined to go there and left by bus and ferry. He arrived at the resort several hours after the bombings, which took the lives of nearly 90 people and injured many.

School for the Brave

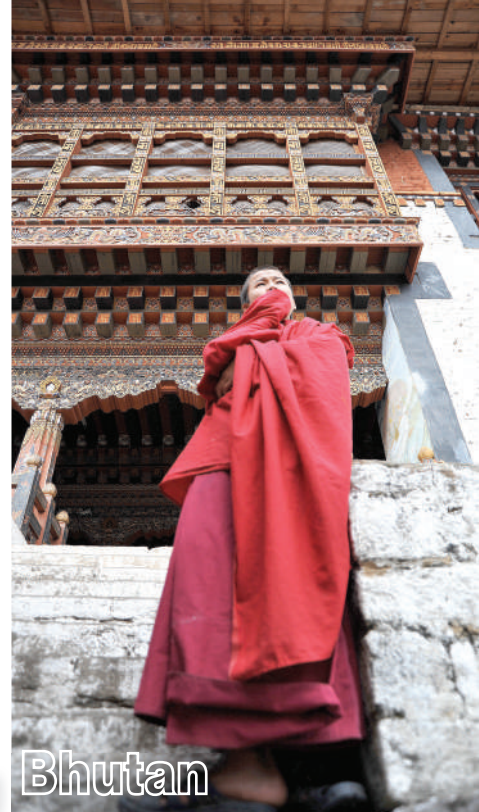
Journeys are the best school. When someone has already invented something and it works, just apply it, instead of reinventing the wheel. A Chinese proverb says that it is better to travel 1,000 km than to read 1,000



Антарктика
Antarctica



Буман Bhutan



Вместо отново да откриваш колелото. Една китайска поговорка гласи, че по-добре да пропътуваш 1000 км, отколкото да прочетеш 1000 книги. Много хора се боят да тръгнат на път и този страх не им дава възможност да отворят сетивата си. А Кирил вече гледа на България през своето глобално око: „Страната се променя, но бавно. Хората тук не са свикнали да изискват. Къде другаде продавачът е цар, а не клиентът? Времето не се ценя, навсякъде те карат

books. Many people are afraid to go on a journey and this fear does not allow them to open their senses. And Kiril is already looking at Bulgaria through his global eye: "The country is changing, but slowly. People here are not used to demanding. Where else the seller is king, and not the client? Time is not appreciated, they make you wait everywhere."



Оман Oman



Етиопия
Ethiopia

га чакаш“.

Когато разберат колко е пътувал и колко е похарчил, някои възкликват: „За тези пари щях да си купя супер автомобил...“ Но Wayгоег не смята, че пътуването е прехосничество на пари, време и възможности. Пътешествията са неговото богатство. Богатството, заради което вече е избрал Европа да е мястото, където да се завръща след поредното пътуване. (4)



Намубия
Namibia

When they find out how much he has travelled and how much he has spent, some exclaim: "I would buy a super car for this money..." But Waygoer does not think that travelling is a waste of money, time and opportunity. Travelling is his wealth. The wealth for which he has already chosen Europe to be the place to return after another trip. (4)



Cokompa
Socotra



Църквата „Св. Успение Богородично“ в с. Узунджово

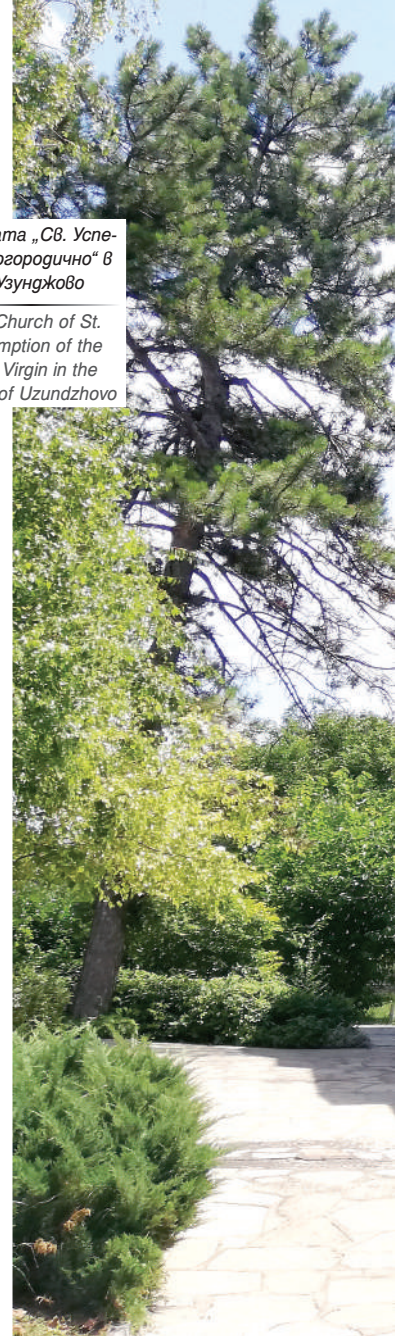
The Church of St. Assumption of the Holy Virgin in the village of Uzundzhovo

Земя на траките

Древни светилища и култови съоръжения, гробници и паметници от мегалита привличат туристите в района на Хасково

Land of the Thracians

Ancient shrines and cult facilities, tombs and monuments from megalith attract tourists in the region of Haskovo



Щадраванът, цъфналият пъстрицветен столетник и Паметникът на завистта в центъра на Хасково

The fountain, the blossomed colourful century-old tree and the Monument of Envy in the centre of Haskov



Авторът the author



Яна Колева  Yana Koleva

Пъстроцветен столетник цъфна в центъра на Хасково това лято. Жителите и гостите на града го приемат като добър знак за населеното място и региона, тъй като това уникално растение цъфти веднъж в живота си. Ако не е от този край на България, всеки поне веднъж в своя живот трябва да го посети като турист. Има какво да се види - под пластове на няколко хилядолетна история са запазени ярки следи от човешкото присъствие. Наш гид става Пенко Добрев, директорът на Регионалния исторически музей (РИМ) в Хасково. Той обяснява, че началото на музейното дело в града е поставено през 1927 г., но фондът постоянно се обогатява. През последните години чрез различни проекти тази културна институция предприема действия за реставрация и консервация на средновековните крепости при селата Мезек, Маточина и Минерални бани, а също за античната вила „Армира“ край Ивайловград и Светилището на нимфите до с. Каснаково. В музея ви очаква богата сбирка с над 120 хил. културни ценности от древността буквално до наши дни. Един от най-стойностните експонати се е превър-

A colourful century-old tree bloomed in the centre of Haskovo this summer. The residents and guests of the city accepted it as good fortune for the settlement and the region as this unique plant blooms once in a lifetime. If one is not from this part of Bulgaria, they should visit it at least once in their life. There is much to see – prominent traces of human presence are preserved beneath the layers of several millennia of history. Our guide becomes Penko Dobrev, Director of the Regional Museum of History (RMH) in Haskovo. He explains that the beginning of the museum work in the city started in 1927, but the fund is constantly being enriched. In recent years, through various projects, this cultural institution has taken actions for the restoration and conservation of the medieval fortresses near the villages of Mezek, Matochina and Mineralni Bani, as well as for the ancient Villa Armira near Ivaylovgrad and the Nymph Sanctuary near the village of Kasnakovo. The museum has a rich collection of over 120,000 cultural valuables from ancient times to the present

В Регионалния исторически музей се съхраняват ценни артефакти

Valuable artefacts are stored in the Regional Museum of History

нал в лого на музея - уникалната чаша от бронзовата епоха, „Троянски тип“ керамика, намерена при Симеоновград. Не пропускайте да видите бронзовия меч рапира, открит при разкопките на скалното тракийско светилище Аул кая при с. Долно Черковище. Той е с мраморен накрайник (помел). Археолозите познават само два меча с такъв накрайник, намерени по нашите земи.

Музеят ще заостри интереса ви към някои от

най-загадъчните културно-исторически обекти

в региона. Ако обичате да сте като откриватели на древни цивилизации, включете Глухите камъни в маршрута на свое пътуване из Източните Родопи. Знае се, че скалното светилище е тракийски кулов обект, но тези величествени скали пазят тайни, за които има само догадки.

В РИМ може да се види реплика на бронзовата статуя на глиган, открита в насипа върху гробницата край с. Мезек. Тя е изровена през 1903 г. от местен иманяр, но е изнесена и се съхранява в музей в Истанбул. Изображения на подобен глиган има в гробниците край с. Александрово и с. Мезек. По времето на траките глиганът е бил признат за царски улов и не е било позволено свободно да се отстрелва. Той символizирал хаоса, който постоянно се стреми да разруши света. Когато бива ритуално убит, редът символично се възстановява, коментира Пенко Добрев. Ако не знаете какво са

менхирите, кромлехите и долмените

в този музей ще ви разкажат и покажат. Мегалит е термин от гръцки произход и означава огромен камък. Мегалитните паметници са три типа: менхири – изправени еднични камъни; кромлехи – ограждения от побити камъни, подобни на съоръжението в Стоунхендж; долмени – гробни камери, изградени от големи каменни плочи. Предназначението на тези загадъчни обекти все още не е изяснено. Менхирът при с. Овчарово, долмените при с. Хлябово, кромлехът при с. Долни Главанак крият своите тайни.

На път към с. Александрово, което е само на 20 км от Хасково, минаваме край

Узунжовската църква

Църква, превърната в джамия, после отново в църква – на такива метаморфози е бил подложен храмът в с. Узунжово. Сега той носи името „Св. Успение Богородично“. Твърди се, че през 1500 г. на това място е построена черква, но през 1593 г. селото е напълно разрушено. Синан паша заповядва на същия терен да направят кербансарай (място за отгих), джамия, имарет и баня. Преданието гласи, че българинът Лалю Кръстев е изградил джамията. За да не се счете, че отнема славата на султана, майсторът изобразил лалета на няколко места в храма и така „разкрил“ своето име. В края на XVII век е построена и часовникова кула. Джамията се използва до Освобождението, след което е занемарена. Тя е преустроена в християнски храм от



day. One of the most valuable exhibits has become the symbol of the museum – the unique cup from the Bronze Age, “Trojan-type” ceramics found near Simeonovgrad. Be sure to see the bronze sword rapier found during the excavations at the Thracian shrine of Aul Kaya near Dolno Cherkovishte. It has a marble tip (pommel). Archaeologists know of only two types of swords with such a tip found in our lands.

The museum will spark your interest in some of the

most mysterious cultural and historical sites

in the region. If you like to be the discoverer of ancient civilizations, include Gluhite Kamani (Deaf Stones) in your itinerary through the Eastern Rhodopes. The rock sanctuary is known to be an object of a Thracian cult, but these majestic rocks keep secrets for which one could only guess.

In RMH, one can see a replica of a bronze statue of a boar found in the mound on the tomb near Mezek. It was dug out in 1903 by a local treasure hunter, but has been exported and stored in a museum in Istanbul. There are images of such a boar in the tombs near Aleksandrovo and Mezek. During the Thracian period, the boar was recognized as a king's catch and was not allowed to be shot freely. It symbolized the chaos that constantly tries to destroy the world. When it is ritually killed, the order is symbolically restored, Penko Dobrev says.

If you don't know what

menhirs, cromlechs and dolmens

are, in this museum they will tell you and show you. Megalith is a term of Greek origin and means a huge stone. Megalithic monuments are of three types: menhirs – upright single stones; cromlechs – broken stone enclosures similar to the Stonehenge structure; dolmens – burial chambers made of large stone slabs. The purpose of these mysterious sites has not yet been clarified. The menhir near the village of Ovcharovo, the dolmens near the village of Hlyabovo, the cromlech near the village of Dolni Glavanak hide their secrets.

On the way to the village of Aleksandrovo, which is only 20 km away from Haskovo, we pass by the

„Троянски тип“ керамика от бронзовата епоха, намерена при Симеоновград

“Trojan type” ceramics from the Bronze Age found near Simeonovgrad

майстор Вангел от Дебър, когато действащата в селото църква се срутва. През 2007 г. община Хасково подпомага извършването на основен ремонт и реставрация на църквата. Назад във времето се вие и историята на

тракийската гробница край Александрово

Това е един от най-ярките паметници на тракийската култура. Датирани от IV в. пр. н. е. Гробницата е открита през 2000 г. от археолога Георги Китов, който разкопава могила Рошавата чука. Дори и след набезите на иманяри, стенописите са изключително добре запазени. Те обогатяват представите за тракийските религиозни обреди, култове, въоръжение, бит и облекло. През 2009 г. в непосредствена близост до гробницата отваря врати Музейният център „Тракийско изкуство в Източните Родопи“, където туристите може да видят копието на Александровската гробница. За построяването на обекта Япония дарява близо 3 млн. долара. Тук са изложени намерените в северната част на Сакар планина 98 златни апликации (4500 – 4000 г. пр. н. е.). Заедно със златните накити от Варненския некропол и озърлицата от с. Хотница те са най-старото обработено злато в света.

Връщаме се отново в центъра на Хасково, където зад шадравана и цъфналия пъстроцветен столетник се издига Паметникът на завистта, която пречи на българския Икар да полети. И вместо благородно да завидваме на всички, които вече са разгледали тези интересни обекти, пийте вино от именитите винарни в региона, а после са усетили лукса на някои от елитните СПА хотели, отделете като начало един уикенд. Идете и вижте. 🍷



Uzundzhovo Church

A church, which was turned into a mosque, then again into a church – the temple in the village of Uzundzhovo has undergone such kind of metamorphosis. Now, it bears the name of St. Assumption of the Holy Virgin. It is claimed that in the year 1500, a church was built here, but in 1593, the village was completely destroyed. Sinan Pasha commanded a caravanserai (a place for rest), a mosque, an imaret and a bathroom to be constructed on this place. According to the legend, the Bulgarian Lalyu Krastev built the mosque. In order not to be considered as taking away the glory of the Sultan, the Master depicted

tulips in several places in the temple and thus “revealed” his name. At the end of the seventeenth century, a clock tower was built. The mosque was used until the Liberation, after which it was abandoned. It was converted into a Christian temple by Master Vangel from Debar when the village church collapsed. In 2007, the municipality of Haskovo assisted in the overhaul and restoration of the church. Back in time, we find also the story of

the Thracian tomb near Aleksandrovo

It is one of the most prominent monuments of the Thracian culture. It dates back to the 4th century BC. The tomb was discovered in 2000 by the archaeologist Georgi Kitov who dug out the Roshava Chuka Mound. Even after the raids of the treasure hunters, the murals are extremely well preserved. They enrich the understanding about the Thracian religious rituals, cults, weapons, lifestyle and clothing. In 2009, near the tomb, the Thracian Art in the Eastern Rhodopes Museum Centre opened doors, and here, tourists can see a replica of the Aleksandrovo Tomb. Japan donated nearly USD 3 million to the site. 98 gold applications (4500 - 4000 BC) are exhibited here, which were found in the northern Sakar Mountains. Together with the gold jewellery from the Varna necropolis and the necklace from the village of Hotnitsa, they are the oldest processed gold in the world.

We return again to the centre of Haskovo, where a Monument of Envy, which prevents the Bulgarian Icarus from flying, rises behind the fountain and the blossomed century-old tree. And instead of nobly envying everyone who has already visited these interesting sites, drunk wine from the famous wineries in the region, and then felt the luxury of one of the elite spa hotels, take a weekend off. Go and see it for yourselves. 🍷



В Музейния център „Тракийско изкуство в Източните Родопи“ край с. Александрово

At the Thracian Art in the Eastern Rhodopes Museum Centre near Aleksandrovo

Кадакес

любимото градче на Салвадор Дали

Cadaqués - Salvador Dali's Most Favourite Place

Преслава Георгиева  Preslava Georgieva

Разположено в закътаня залив Пунта де Са Коста в южната част на полуостров Кап де Крус, малкото градче Кадакес е едно от най-живописните места в Коста Брава. То е само на 25 км южно от френската граница и на два часа път с кола от Барселона и е популярна дестинация както за туристите, така и за собствениците на ваканционни жилища. Градът има население от 2 752 души, което в летните месеци се увеличава десетократно. Макар някога Кадакес да е бил натоварено пристанище, чиято икономика се основавала на риболова, винопроизводството и производството на зехтин, то днес местните хора разчитат предимно на туризма като основен източник на доходи.

Въпреки че най-ранните писмени сведения за града датират от IX в., първото селище е създадено много по-рано от иберийците и бива често посещавано от гърци, римляни и египтяни, които спирали на пристанището по време на пътешествията си из Средиземно море. В Средновековието Кадакес е обект на непрекъснати пиратски атаки и през 1543 г. турският адмирал Барбароса атакува и плячкосва града, изгаряйки до основи църквата.

До XIX в. Кадакес вече има развита промишленост, търговия и търговски пътища и се превръща в междуна-



Логките на пристанището / Логките на пристанището

Located on the sheltered bay of Punta de Sa Costa in the southern part of the Cap de Creus peninsula, the small town of Cadaqués is one of the most picturesque spots in Costa Brava. It is only 25 km south from the French border and a two-hour drive from Barcelona, and therefore is a popular destination for tourists and holiday home owners alike. It has a population of 2,752, but experiences a 10-fold summer population increase. Once Cadaqués was a busy port, whose economy was based on fishing, wine-making and olive oil production, while today local people rely predominantly on tourism as their main source of income.

Although the earliest written records of Cadaqués date back to the 9th century, the first settlement was established by the Iberians much earlier and was often visited by Greeks, Romans and Egyptians who used to stop at the harbour during their voyages around the Mediterranean. In the middle ages Cadaqués suffered from continuous pirate attacks and in 1543, the Turkish admiral Barbarossa attacked and plundered the town, burning down the church.

By the nineteenth century Cadaqués had developed industry, commerce and overseas routes and the town became an international trading port. New industries emerged such as anchovy and tuna processing, olive oil, vinegar, soap



Кадакес откъм морето / View of Cadaques from the sea

Ярките цветове и форми вдъхновяват много от творбите на художника

родно пристанище. Появяват се нови индустрии като преработка на хамсия и риба тон, производство на зехтин, оцет, сапун и др.

В началото на ХХ в. тези производства започват да залязват и много местни жители емигрират в Америка, като една трета от тях се заселват в Куба. Постигайки финансови успехи там, мнозина се завръщат в Кадакес и построяват тук големи, красиво декорирани къщи, които могат да се видят и днес.

Не след дълго градът се превръща в привлекателно място за писатели и художници като Федерико Гарсия Лорка, Хуан Миро, Марсел Дюшан, Луис Бунюел, Пабло Пикасо и най-известния му обитател - Салвадор Дали, който описва Кадакес като „най-красивото градче в света“. Имайки предвид броя на художниците, образили Кадакес в своите творби, той вероятно е и едно от най-рисуваните места.

Салвадор Дали, който е роден в град Фигерес, като дете често прекарва тук лятото със семейството си, и красотата, ярките цветове и форми на града вдъхновяват много от неговите произведения. Именно тук през 1929 г. Дали се запознава и със съпругата си Галя, с която по-късно се установяват в близкото село Портлигат.



Бронзовата статуя на Салвадор Дали / Salvador Dalí bronze statue

Wikipedia

The town's vivid colours and shapes inspired many of the artist's works

production etc.

In the beginning of the the 20th c. these industries started to decline and many locals emigrated to the Americas, with one third of the population settling in Cuba. Having achieved financial success many returned to Cadaqués and built large beautifully ornated houses, which can still be seen today.

It was not long until the town became a popular retreat for writers and artists as Federico García Lorca, Joan Miró, Marcel Duchamp, Luís Buñel, Pablo Picasso and its most famous inhabitant - Salvador Dalí, who famously described Cadaqués as the most beautiful town in the world. Given the number of artists who have depicted Cadaqués in their work, it is probably one of the most painted villages as well.

Salvador Dalí, who was born in the town of Figueres often spent summers here with his family and the town's beauty, vivid colours and shapes inspired many of his works. It was here in 1929 where Dalí met his wife Gala with whom he later settled in the nearby village of Portlligat. In Cadaqués you can still see the exterior of Dalí's family holiday home, where his sister Anna Maria lived until 1989, although the house is not open to the public.

Today Cadaqués offers visitors those same sites and views that used to fascinate Dalí – the whitewashed buildings,



Марината на Кадакес / Cadaqués' marina

Въпреки че къщата не е отворена за посетители, в Кадакес все още можете да видите семейния ваканционен дом на Дали, където сестра му Анна Мария живее до 1989 г.

Днес градчето предлага на посетителите си същите места и гледки, които някога очаровали Дали – белите фасади на сградите, живописният залив с неговите плажове, традиционните рибарски лодки и калдъръмените улици на Стария град, чиито древен паваж е ръчно изработен от шисти.

Едно от местата, които задължително трябва да видите в града, е късноготическата катедрала от XVI век „Санта Мария“, построена с дарения от местни рибари на мястото на разрушената от пиратите църква. Разположена в най-високата точка на Стария град, тя предлага невероятна гледка към залива и се отличава с чисто бяла фасада, 30-метров олтар, орган от XVII век и впечатляваща позлатена гърворезба. През лятото Международният музикален фестивал на Кадакес провежда тук редица концерти с класическа музика.

Ако обичате екскурзии сред природата, не пропускайте да се разходите по южната страна на залива и да се изкачите до фара Кала Нанс. Пътуването ще ви преведе през зашеметяваща природа, каменни стени и мостове и един чудесен, уединен плаж. Въсъщност Дали също обичал да се изкачва на хълма зад града и да рисува пейзажи от тук.

Другият фар, който си струва да се посети, е фар Кап де Креус, който се счита за втория най-стар фар в Каталуния. Разположен в най-източната точка на Иберийския полуостров, той влиза в експлоатация през 1853 г. и все още е важно навигационно съоръжение в морските карти. В наши дни в него се помещава един от информационните центрове на Природния парк на Кап де Креус.

За гостите на града, които искат да се запознаят с неговото историческо и културно наследство, Кадакес предлага няколко интересни музея. Музеят на Кадакес е посветен главно на живота и творчеството на Салвадор Дали. Разнообразните експозиции отразяват многообразието на неговата личност и са ключът към успеха на музея. Тук се помещават и временни изложби, посветени на групи художници, свързани с градчето, като Пичо и Пикасо.

Днешната къща-музей на Салвадор Дали в Портлигат е мястото, където той живее и работи до смъртта на жена си Гала през 1982 г., когато се премества в замъка Пубол. През 1930 г. той купува малка рибарска къщичка и през следващите 40 години разширява конструкцията, за



Една от къщите с кубинска архитектура
One of the houses, inspired by Cuban architecture

the picturesque bay with its beaches, the traditional fishing boats and the cobbled streets of the Old Town, whose ancient pavement was handmade using slate.

A must see in Cadaqués is the 16th century late-Gothic Cathedral of Santa Maria, which was built with donations from local fishermen to replace the church destroyed by the pirates. Located at the highest point of the Old town it offers amazing views over the bay and features pure white façade, an altarpiece of almost 30 meters high, a 17th century organ and remarkable gilded woodwork. During the summer, the Cadaqués International Music Festival holds a number of classical music concerts here.

If you like hiking you should walk along the south side of the bay and climb to the Cala Nans Lighthouse. The trip will take you through stunning scenery, dry-stone walls and bridges and a nice, secluded beach. In fact, Dalí also liked to climb the hill behind the town and paint the city from here. Another lighthouse worth visiting is the Cap de Creus lighthouse which is considered the second oldest lighthouse in Catalonia. Located at the easternmost point of the Iberian Peninsula, it came into service in 1853 and is still an important feature in nautical charts. Nowadays it houses one of the information centres of the Nature Park of Cap de Creus.

For those who wish to learn about the historic and cultural heritage of Cadaqués, there are a few must-see museums they should visit. The Cadaqués Museum is devoted mainly to Salvador Dalí's life and works. The wide-ranging exhibitions reflect the diversity of his personality and is the key to the museum's success. It also houses temporary exhibitions devoted to other artists associated with the town, such as Pichot and Picasso.

The present-day Salvador Dalí House-Museum in Portlligat was the place where he used to live and work until the death of his wife Gala in 1982, when he moved to Púbol Castle. In



Къщата-музей на Салвадор Дали в Портлигат / Salvador Dalí House-Museum in Portlligat



Калдъръмените улици на Стария град / The cobbled streets of the Old Town

да я превърне в единствен по рода си дом с прозорци в различни форми и размери, който самият той определя като „истинска биологична структура“, където всеки нов импулс в техния живот имал своя собствена нова клетка - стая.

Къщата представлява своеобразен лабиринт, който се разпростира и извира в последователност от пространства с варосани стени, декорирани с килими, сухи цветя, антични мебели и гр., и свързани с тесни коридори на различни нива. Къщата има три основни части: жилищна, студиято на Дали и двор, проектиран за забавление на гостите на семейството.

В Кадакес можете да видите и Corral de la Gala - сградата, която Дали купува от местен овцевъд през 1953 г., за да може съпругата му да има лично пространство и да организира партита, преди да ѝ подари замък в Пубол. Макар че от известно време градът се опитва да възстанови сградата, тя все още се нуждае от реставрация и остава затворена за посетители.

Ако сте запознати с работата на Дали, вероятно ще разпознаете много от местата по крайбрежната улица, които той рисува през времето, прекарано в Кадакес, и докато сте тук, не пропускайте да спрете при бронзовата статуя на художника, създадена от скулптора Рос Сабате. Всъщност, една разходка из градчето ще ви подари изобилие от улично изкуство - скулптури и статуи, камени мозайки и стенописи.

По крайбрежието ще видите и редица къщи в модернизтичен стил, построени от емигрантите, завърнали се от Куба. Вдъхновени от кубинската архитектура, те се отличават с ярки цветове и интересни строителни материали.

Кухнята на Кадакес е силно средиземноморска и морската храна в лицето на сардини, групери, морски лястовици, аншоа, миди и морски таралежи присъства в менютата на повечето местни ресторанти. (1)

1930 he bought a small fisherman's cottage and over the next 40 years he expanded the structure to turn it into a peculiar home with windows of different shapes and sizes, which he himself described as "a true biological structure" where each new pulse in their life had its own new cell, a room.

The resulting form is a labyrinth, which spreads out, twisting and turning in a succession of spaces, decorated with rugs, whitewashed walls, dried flowers, antique furniture, etc. and linked by narrow corridors at different levels. The house contains three distinctive areas: the couple's private quarters, Dalí's studio and a courtyard, designed for entertaining guests.

You can also see the Corral de la Gala, a building that Dalí purchased from a sheep farmer in 1953 so that his wife could have private space and host parties before he bought her the Castle in Púbol. The city has been trying to restore and open it to the public for a long time, but it still needs restoration and currently remains closed.

If you are familiar with Dalí's work, you will probably recognize many sites along the waterfront, which he painted during this time in Cadaqués and while here stop by the Salvador Dalí bronze statue by sculptor Ros Sabaté. In fact, a stroll through the village will present plenty of street art - sculptures and statues, murals, stone mosaics, and paintings on doors and walls.

Along the waterfront you will see a number of Modernist style houses, built by the emigrants who returned from Cuba. Inspired by Cuban architecture they feature bright colours and unique construction materials.

Cadaqués' cuisine has a distinctive Mediterranean essence with sardines, groupers, gilt-head brams, anchovies, mussels and sea urchin being permanent items on the local restaurants' menus. (2)



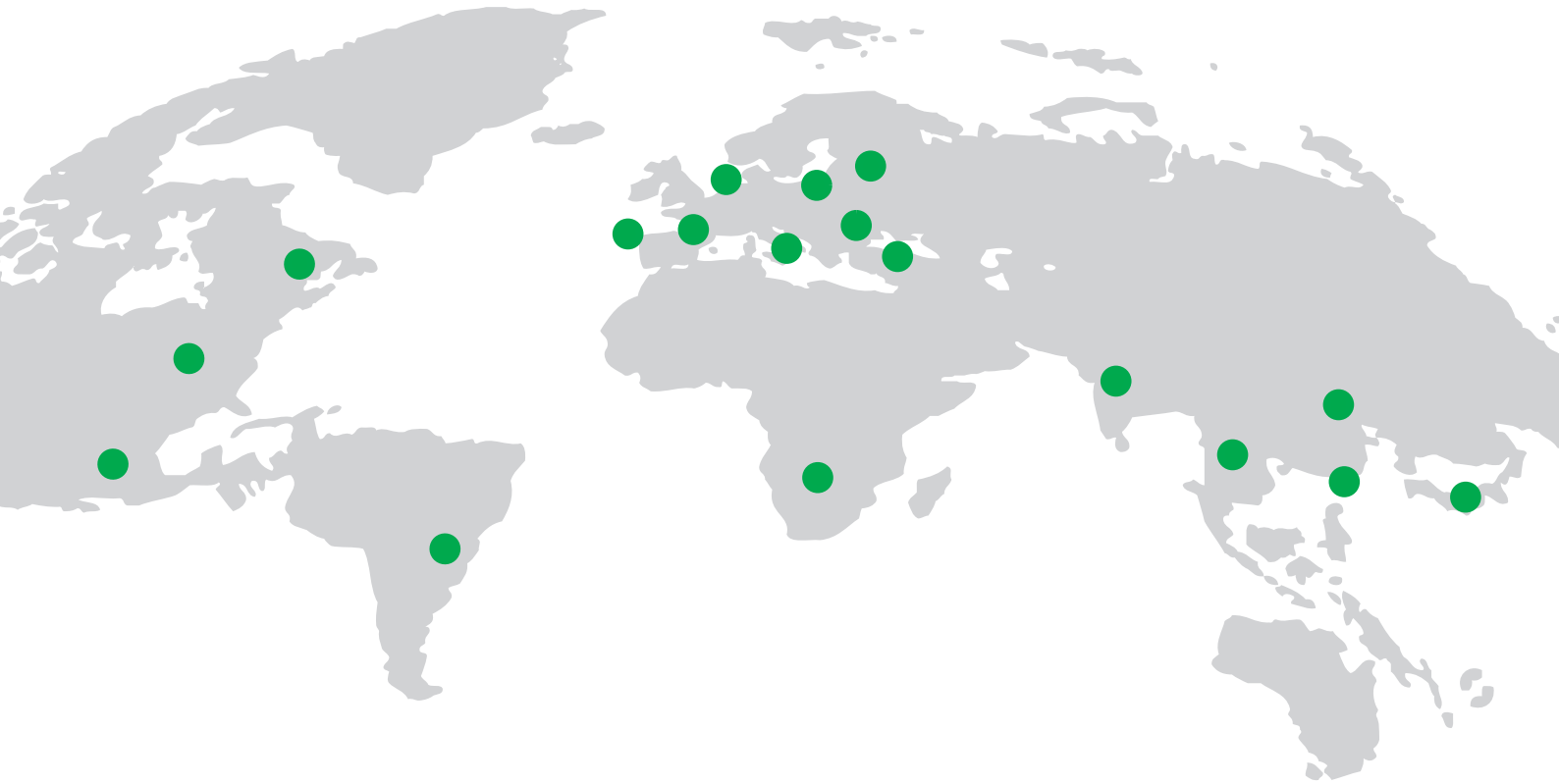
Катедралата „Санта Мария“ / Cathedral of Santa Maria



AMODORIA



България Мол
Ниво +2



Huvepharma® is a fast-growing, global pharmaceutical company with a focus on developing, manufacturing and marketing **human and animal health products**.

These pillars are the basis of our company name,

Huvepharma®:
HUman and VETERINARY PHARMAceuticals.

MANUFACTURING FACILITIES:

- Botevgrad, Bulgaria – enzymes and probiotics
- Razgrad, Bulgaria – APIs, nutraceutical and veterinary products
- Peshtera, Bulgaria – APIs, veterinary and technical grade products
- Segré, France – biocides-dietetics-veterinary products
- Garessio, Italy - human APIs
- Longmont, Colorado, USA – veterinary water-soluble products (WSPs)
- Van Buren, Arkansas, USA – formulation facility
- Laurinburg, North Carolina, USA – vaccines
- Lincoln, Nebraska, USA – coccidiosis vaccines and Biolabs vaccine development
- St. Louis, Missouri, USA – animal health products

AFFILIATES / REPRESENTATIVE OFFICES:

- Porte Alegre, Brazil
- Quebec, Canada
- Beijing, China
- Segré, France
- Pune, India
- Kyoto, Japan
- Guadalajara, Mexico
- Warsaw, Poland
- Moscow, Russia
- Gauteng, South Africa
- Taipei, Taiwan
- Bangkok, Thailand
- Istanbul, Turkey
- Atlanta, Georgia, USA

Huvepharma® head office: Sofia, Bulgaria.

Global sales and marketing functions: Antwerp, Belgium

www.huvepharma.com

WORLD FINANCE BANKING AWARD

ЗА ВТОРА ГОДИНА ПЪРВИ НА ВЪРХА

НАЙ-ДОБРА БАНКА
В БАНКИРАНЕТО НА ДРЕБНО
В БЪЛГАРИЯ

WORLD
FINANCE

BEST RETAIL BANK,
BULGARIA

2019

POSTBANK

НАГРАДА НА СПИСАНИЕ
WORLD FINANCE MAGAZINE



Postbank