

ИКОНОМИКА



ПРЕДПРИЕМАЧИ:
СРЕЩА НА
ПОКОЛЕНИЯТА
ENTREPRENEURS:
A MEETING OF
GENERATIONS

МИТ ЛИ СА
ЕДНОРОЗИТЕ
НА БАЛКАНИТЕ
ARE UNICORNS
IN THE BALKANS
JUST A MYTH?

ЕВГЕНИЙ
ИВАНОВ

КРИБ има план
за възстановяване
НА РАСТЕЖА

EVGENIY IVANOV: KRIB HAS A
PLAN ON RESTORING GROWTH

ISSN 1314-376X



9 771314 376013

04



Postbank

P R E M I U M

ОТКРИВАМЕ
НОВИ
ХОРИЗОНТИ
ЗА ВАС!

ИЗБЕРЕТЕ СЕГА
ЕКСКЛУЗИВНО
ОБСЛУЖВАНЕ

- Индивидуални финансови решения
- Високо ниво на обслужване от личен банкер
- Обадете се на специалната линия в Premium call center - 0800 18 333

30 years
Keep treating



HOSPITAL HIGIA

— Since 1991 —

ГОТОВИ ЗА ОТСКОК

Лятото дойде с усещането, че сме прескочили най-страшното от коронакризата и трябва да се готвим за нов отскок напред.

За уроците на пандемията и за бъдещия растеж на икономиката разговаряме с посл. г-р Евгений Иванов - лице на корицата и изпълнителен директор на най-голямата работодателска организация - КРИБ.

Темата на броя е посветена на приемствеността на поколенията в семейните компании. Рецепти за успех предлагат един утвърден предприемач, предал вече кормилото на своите деца, и един съвсем млад ентузиаст, който разраства бизнеса на своите родители.

Летният ни брой е направен по формулата „2 в 1“. В него ще откриете и специалното ни издание „Успешните компании - Визионерите“. Водещи български мениджъри споделят как се справиха с предизвикателствата на неочакваната криза и каква е визията им за трансформация занаяпред.

Приятно четене!



*Невена Мирчева,
главен редактор*

*Nevena Mircheva,
Editor-in-chief*

Ready to Bounce

Summer came with the feeling that we had overcome the worst of the COVID crisis and had to prepare for a new leap forward.

We are discussing the lessons of the pandemic and the future growth of the economy with the Ambassador Dr. Evgeni Ivanov - the face of the cover and Executive Director of the largest employers' organization - KRIB.

The topic of the issue is dedicated to the continuity of generations in family businesses. Recipes for success are offered by an established entrepreneur who has already handed over the reign to his children, and a very young enthusiast who is growing the business of his parents.

Our summer issue is prepared in a “2 in 1” format. In it you will also find our special edition “Successful Companies - Visionaries”. Leading Bulgarian managers share how they coped with the challenges of the unexpected crisis and what is their vision for future transformation.

Enjoy your reading!

ЮЛИ / АВГУСТ
БРОЙ 103

JULY / AUGUST
ISSUE 103



- 6.....Предприемачи: Среца на поколенията
Entrepreneurs: A Meeting of Generations
- 12.....Евгений Иванов: КРИБ има план за възстановяване на растежа
Evgeniy Ivanov: KRIB has a plan on restoring growth
- 20.....Петър Велев: Време е за пълна промяна
Peter Velev: It Is Time For a Complete Change
- 22.....Никола Петрески: Не оставяйте парите да заспят
Nikola Petreski: Don't let money fall asleep
- 26.....Мит ли са еднорозите на Балканите
Are Unicorns in the Balkans Just a Myth?
- 30.....Теленор и гостътното бъдеще с 5G
Telenor and the affordable future with 5G
- 34.....Илон Мъск, който сам създава играта
Elon Musk, Who Creates The Game Himself
- 38.....(Р)еволюцията на събитията
The (R)evolution of Events
- 42.....NV Tower - най-зелената сграда на София
NV Tower - The Greenest Building in Sofia
- 48.....Сила за шампиони
Strength for champions
- 50.....Емоцията Samsung
The Samsung Emotion
- 56.....Берат - Прозорците на албанската душевност
Berat - The many windows of the Albanian soul

Списание „Икономика“. София 1111, жк. „Яворов“, бл. 73, ет. 6, ап. 11

Телефони: (02) 852 9696; (02) 852 9699

Издател „Медия Икономика България“ ЕООД

Изпълнителен директор: Невена Мирчева

Главен редактор: Невена Мирчева

Счетоводство: София Стрелкова - Гечева

Редактор: Татяна Явашева

Автори: Александър Александров, Мая Цанева

Превод: Мегдана БГ; Дизайн: Бранд Медия България ЕООД

Фото: Красимир Свраков; Фото корица: Александър Нишков

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

Economy Magazine, Sofia 1111, Yavorov, bl. 73, fl. 6, ap. 11

Tel.: (02) 852 9696; (02) 852 9699

Publisher: Media Economy Bulgaria EOOD

CEO: Nevena Mircheva

Editor in Chief: Nevena Mircheva

Accountancy: Sofiya Strelkova - Gecheva

Editor: Tatyana Yavasheva

Authors: Aleksandar Aleksandrov, Maya Tsaneva

Translation: Mediana BG; Design: Brand Media Bulgaria EOOD

Photo: Krasimir Svrakov; Cover Photo: Aleksander Nishkov

Print: Spektar JSC; Distribution: Media Economy Bulgaria EOOD



*Насладете се на кулинарни шедьоври
и комфорт в лятната градина
на Este Restaurant!*





ПРЕДПРИЕМАЧИ: СРЕЩА НА ПОКОЛЕНИЯТА

В БИЗНЕСА
ИДВАТ
АМБИЦИОЗНИ
МЛАДИ ХОРА,
КОИТО ЩЕ
ГО ОТВЕДАТ
ТАМ, КЪДЕТО
ПРЕДИШНИТЕ
МУ ЛИДЕРИ НЕ
СА УСПЕЛИ ДА
СТИГНАТ

✍ *Татяна Явашева*

Малкият и средният бизнес са определени като гръбнак на икономиката. Особено в България, за да могат да устоят на всички трусове и предизвикателства, фирмите наистина трябва да имат здрав гръбнак, гъвкавост, изобретателност, иновативност и какво ли още не. В тези 30-ина години на развитие на частната инициатива предприемачите разбраха, че ако в този глобален свят нямат силата да създават тренда, то поне трябва да умеят да хванат вълната, устремена напред и нагоре. В бизнеса идват нови поколения мениджъри, които ще го отведат там, където предишните му лидери не са успели да стигнат. В семейния бизнес, както и във всяко друго начинание, вливането на свежата млада сила е от значение, както е важен и опитът на всеки, успял да развие и да опази фирмата си от крушение.

И в бизнеса, и в обществените процеси има нужда от приемственост. Тук правим среща между предприемач, който вече напълно е поверил бизнеса в ръцете на своите деца, и млад ентузиаст, който пък отваря нови хоризонти пред дейността, поставена от неговите родители на здрави основи.

ENTREPRENEURS: A MEETING OF GENERATIONS

A MBITIOUS
YOUNG
PEOPLE
ARE COMING
INTO THE
BUSINESS TO
TAKE IT WHERE
ITS PREVIOUS
LEADERS HAVE
FAILED TO GO

✍ *Tatyana Yavasheva*

Small and medium-sized businesses are considered the backbone of the economy. Especially in Bulgaria, in order to withstand all the trials and challenges, companies really need to have a strong backbone, flexibility, ingenuity, innovation and what not. In the past about 30 years of development of private business, entrepreneurs have realized that if in this global world they do not have the strength to create a trend, then at least they must be able to catch the wave, going forward and upward. New generations of managers are coming into the business, taking it where the previous leaders have failed to go. In the family business, as in any other endeavor, the infusion of fresh young power is important, as is the experience of everyone who has managed to develop and protect their company from collapsing.

There is a need for continuity in both business and social processes. In the following lines we meet an entrepreneur who has already completely entrusted the business in the hands of his children, and a young enthusiast, who in turn opens new horizons for the business set by his parents on solid grounds.



Иван Аков е основател и дългогодишен управител на Солид 55. Той е дипломиран инженер по технология на металите и специалист по автоматизация на производството. Създава компанията през 1990 г., но вече е предал на децата си оперативното ѝ управление.

Ivan Akov is the founder and long-standing manager of Solid 55. He is a certified engineer in metal technology and a specialist in production automation. He founded the company in 1990, but has already handed over its operational management to his children.

Иван Аков: С широко отворени очи следим тенденциите

**СЪЗДАДЕМ ЛИ ПО-ДОБРА
БИЗНЕС СРЕДА В БЪЛГАРИЯ,
ВСИЧКИ СЛЕД ТОВА ЩЕ
ОТИДЕМ В ДРУГО ИЗМЕРЕНИЕ**

ИДЕЯТА, С КОЯТО НЯКОГА ЗАПОЧНАХ

В началото на прехода исках да съм независим и мечтаех да развия иновативен бизнес, тъй като бях научен сътрудник и имах патенти. Бяха времена на растяща битова престъпност и вратите станаха важен елемент от сигурността. Видях в това ниша.

31 ГОДИНИ ПО-КЪСНО

Бизнесът на Солид 55 сега е доста различен, но остава в сферата на сигурността. Вече правим елегантни врати с електроника.

ПОСТИЖЕНИЯТА

Останахме верни на идеята, че иновациите движат развитието. Имаме над 10 патента за вратите. Вярвам, че шансът на малките нации е да се фокусират върху определен пазарен сег-

мент и там да постигат максимума.

КЛЮЧОВ ФАКТОР ЗА НАШИЯ УСПЕХ

Спечелих съпругата си за каузата, което даде устойчивост на развитието. С нейна помощ към семейния бизнес привлякохме и двете си деца - Христофор и Лора Христови. Солид 55 стана третото ни дете. Но това не е достатъчно - нужно е да се печелят и хората, които работят. Разбрахме, че ако те приемат нашата мечта като своя, уверено ще вървим напред.

УСКОРИТЕЛЯТ И СПИРАЧКАТА

Самите ние сме ускорител. За да имаме успех, трябва с широко отворени очи да виждаме тенденциите. Изкуство е бизнесът да плува „по течението на реката“. Световните гиганти създават трендове, правят иновации и това ни помага. Така стана с пръстовия отпечатък, който внедрихме в нашите врати.

Спирачката също е в нас, но и в самата среда. Трудната среда обаче те прави по-силен, изгражда характер.

Ivan Akov: We follow the trends with our eyes wide open

THE IDEA I ONCE STARTED WITH

At the beginning of the transition, I wanted to be independent and I dreamed of developing an innovative business, as I was a research associate and had patents. At that time, domestic crime was increasing and doors became an important element of security. I saw a niche in this.

31 YEARS LATER

The business of Solid-55 is now quite different, but remains in the field of security. We are already making stylish doors with electronics.

ACHIEVEMENTS

We have remained true to the idea that innovation drives development. We have over 10 patents for doors. I believe that the chance for small nations is to focus on a certain market segment and achieve the maximum there.

A KEY FACTOR FOR OUR SUCCESS

I won my wife over to the cause, which made our development sustainable. With her help we attracted both our children - Hristofor and Lora Hristov - to the family business. Solid 55 became our third child. But this is not enough - it is necessary to win over the people who work there. We realized that if they accepted our dream as their own, we would move forward with confidence.

ACCELERATOR AND BRAKE

We ourselves are an accelerator. To be successful, we need to look for trends with our eyes wide open. It is an art for a business to swim “along the river”. The world's giants create trends, innovate and that helps us. This is how we introduced fingerprint technology to our doors.

The brake is also in us, but also in the environment itself. However, the tough environment makes you stronger, builds character.

FINANCING GROWTH

In the beginning, we had nothing to rely on but our

**I F WE
CREATE
A BETTER
BUSINESS
ENVIRONMENT
IN BULGARIA,
THEN WE WILL
ALL REACH
ANOTHER LEVEL**

ФИНАНСИРАНЕТО НА РАСТЕЖА

В началото няхаме какво да заложим, освен своята предприемаческа чест. Директорът на една малка банка повярва в нас и започна да ни дава кредити. Форма на финансиране стана и търговията с нещата, които ни трябваха за производството. Направихме склад за метали и осем магазина, което ни позволи да ги вземаме на консигнация. След 2009 г. дойдоха най-трудните години, но с гъвкавост и през тях бизнесът ни премина жив. Малките иновативни фирми в България и сега срещат трудност с финансирането на растежа си.

ПРОИЗВЕДЕНО В БЪЛГАРИЯ

Доброто българско производство трябва да е наша национална гордост. Само-

чувствието не бива да идва само от именитите спортисти и хора на изкуството. Липсва ни разпознаваема навън българска марка. Без подкрепата на сържавата това не може да стане. Българският бизнес е твърде млад и няма толкова яки мускули. Навлизането на чужди пазари със свой бранд е твърде скъпо.

НАЙ-ГОЛЕМИТЕ ТРУДНОСТИ

Трудностите се преодоляват на моменти. Иначе няма да продължиш напред.

БИЗНЕС СРЕДАТА В БЪЛГАРИЯ

Създаем ли по-добра бизнес среда, всички след това ще отидем в друго измерение.

НЕИЗБЕЖНАТА ПРОМЯНА

Нямаш ли мотивацията да се променяш,

животът започва да те рута и да настоява да се промениш.

ПРИЕМСТВЕНОСТ

В началото уж оставих сина ми да ръководи, а госта му се бърках. Но като се убедих, че този модел не работи, му делегирах цялата отговорност по оперативното управление на компанията.

МОЯТА НОВА РОЛЯ

Главно в създаването на нови продукти и във внедряването на иновативни разработки.

ФОРМУЛА ЗА УСПЕХ

Всеки трябва да си я намери сам. И да остави след себе си един малко по-добър свят.



ХРИСТОФОР ХРИСТОВ ВЕЧЕ Е НА ПЪРВА ЛИНИЯ В СЕМЕЙНИЯ БИЗНЕС
HRISTOFOR HRISTOV IS ALREADY AT THE FOREFRONT OF THE FAMILY BUSINESS



THE BIGGEST DIFFICULTIES

Difficulties should be overcome at the spot. Otherwise you will not move forward.

THE BUSINESS ENVIRONMENT IN BULGARIA

If we create a better business environment, then we will all reach another level.

THE INEVITABLE CHANGE

If you don't have the motivation to change, life starts kicking you and forcing you to change.

CONTINUITY

In the beginning I supposedly left my son in charge, but I was sticking my nose in his business. However, when I became convinced that this model did not work, I delegated to him the entire responsibility for the operational management of the company.

MY NEW ROLE

Mainly in the creation of new products and in the implementation of innovative developments.

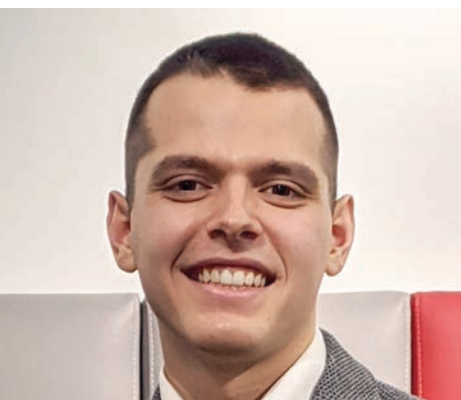
A FORMULA FOR SUCCESS

Everyone has to find it for themselves. And to leave behind a slightly better world.

entrepreneurial honor. The director of a small bank believed in us and started giving us loans. Trading things we needed for the production also became a form of financing. We built a metal warehouse and eight stores, which allowed us to take them on consignment. After 2009 came the most difficult years, but with flexibility our business survived those times. Small innovative companies in Bulgaria still face difficulties in financing their growth.

MADE IN BULGARIA

Quality Bulgarian production should be our national pride. Self-confidence should not come only from famous athletes and artists. We lack a recognizable Bulgarian brand. This cannot happen without the support of the state. Bulgarian business is too young and does not have such strong muscles. Entering foreign markets with your own brand is too expensive.



Васил Ралчев е едва на 23, но вече успешно работи по четири проекта – „Ина Трейд“, бранда „Inaessentials“, „Предприемчив“ и „Не бъди посредствен“. След като завършва агробизнес в университета в Рединг, се завръща в родното Панагюрище, за да даде нов тласък на семейното биоземеделие.

For his 23 years, Vasil Ralchev is already working on four projects - Ina Trade, the brand InaEssentials, Enterprising and Don't be mediocre. After graduating agribusiness at the University of Reading, he returns to his hometown Panagyurishte to give a fresh drive to the family organic farming business.

Васил Ралчев: Брандът ни ще е навсякъде по света

БЪЛАРИЯ Е НЕОБЯТНА КАТО
ВЪЗМОЖНОСТИ И ПОТЕНЦИАЛ; НО
АДМИНИСТРАТИВНАТА ТЕЖЕСТ Е
УЖАСНА; БИЗНЕС СРЕДАТА Е СТРАХОТНА НА
ТЕОРИЯ, НО В ДЕЙСТВИТЕЛНОСТ Е ПЛАШЕЩА

ГОЛЯМАТА ИДЕЯ, С КОЯТО СЕ ВКЛЮЧИХ В СЕМЕЙНИЯ БИЗНЕС

Моите родители се занимават с биоземеделие - отглеждане и преработка на етерично-маслени култури. Започнали са като аматьори. Вдъхновяваше ме как напредваха въпреки трудностите и как стимулираха местната икономика. Това ме подтикна да уча „Бизнес и мениджмънт на земеделците“ във Великобритания. Там разбрах, че когато един семеен бизнес успее да излезе от B2B модела и има директен достъп до крайния клиент, може да се постигнат големи неща. Присъединих се с амбицията да го изведа на световно ниво.

НОВОСТИТЕ

Създадох онлайн магазин, за да предлагаме

своите продукти на крайния клиент. Те вече са над 16 и присъстват на 18 европейски пазара, като брандът има над 500 хил. клиенти.

УСКОРИТЕЛЯТ И СПИРАЧКАТА

Ускорителят е вътрешната мотивация, която не ми дава да спра. Искам всяка вечер, когато заспивам, да имам увереност, че съм една крачка по-близо до целите си.

Спирачката е страхът от скоростта, с която се движим, но тя по-скоро ме ентусиазира, отколкото ме плаши.

ФИНАНСИРАНЕТО НА РАСТЕЖА

Трудно е да се повярва, но цялата компания започна с 1000 лв. и оттогава сама генерира своя бюджет за реинвестиции и растеж.

ПРОИЗВЕДЕНО В БЪЛАРИЯ

В някои европейски страни не се приема толкова добре, но ние се опитваме да променим това. Всеки пробив ни носи вътрешно удовлетворение.

Vasil Ralchev: Our brand is going to be everywhere around the world

WHEN IT
COMES TO
POSSIBILITIES
AND POTENTIAL,
BULGARIA COULD
BE BOUNDLESS; YET
THE ADMINISTRATIVE
BURDEN IS TERRIBLE;
IN THEORY, THE
BUSINESS ENVIRONMENT
IS GREAT, BUT IN
PRACTICE - IT IS
FRIGHTENING

THE GREAT IDEA I JOINED THE FAMILY BUSINESS WITH

My parents are doing organic farming for a living - they grow and cultivate essential oils crops. They started as amateurs. What inspired me was their progress and the fact that they stimulated the local economy despite the hardships. That urged me to study Business and Agricultural Business Management in the UK. What I learned there was that in order for a family business to succeed, it has to exit the B2B model and have a direct access to the end consumer. In that way, you can achieve many great things. I joined with the ambition to elevate our family business to a world level.

THE INNOVATIONS

I created an online store so we can offer our products to the end consumer. The online stores are now over 16 and we have successfully positioned our products on 18 European markets. Our brand has over 500 000

customers.

THE ACCELERATOR AND THE BRAKE

My accelerator is my inner motivation which pushes me to go forward. What I want is each night, when I go to bed, to have the confidence that I am one step closer to my goals.

My brake is the fear of the speed that we are moving with. But it excites me more than it frightens me.

FINANCING THE GROWTH

It may be hard to believe, but the whole company started with 1000 leva. Since then it generates, by itself, its own budget for reinvestments and growth.

MADE IN BULGARIA

Some European countries don't accept that very well, however, we are trying to change their perceptions. Every new breakthrough brings us inner satisfaction.

НА СВЕТОВНО НИВО

Това е моята лична цел и я преследвам. Не само вярвам, но всеки ден визуализирам следващите стъпки и най-важното - приемам ги. Най-силната ми черта е да правя нещата да се случват. Обичам да си поставям налудничави цели, в които никои не вярва, и скоро след това да разказвам как съм ги постигнал.

НАЙ-ГОЛЕМИТЕ ТРУДНОСТИ

Трудните неща ме привличат. Нека всички да са здрави, за да мога да ги „заразя“ с моя ентузиазъм.

БИЗНЕС СРЕДАТА В БЪЛГАРИЯ

Необятна като възможности и потенциал; ужасна като административна тежест; страхотна на теория и плашеща в действителност. Нещата обаче вървят в

правилната посока...

СВЕТЪТ Е ГОЛЯМ И...

...брандът ни ще бъде навсякъде!

ПОСТИЖЕНИЯТА

Кратко и ясно: 18-те пазара, на които влязохме. Развитието на вътрешната ни фирмена култура и инвестицията в персонала. Израстването ми като човек и лидер. Горд съм и с влизането ми в класациите за най-успешни млади предприемачи на Forbes „30 под 30“ и на JCI.

КЛЮЧОВ ФАКТОР ЗА НАШИЯ УСПЕХ

Погледът в една посока и удоволствието от споделения успех.

НЕИЗБЕЖНАТА ПРОМЯНА

Всеки божи ден трябва да се променяме

или адаптираме, иначе ще вървим назад.

„НЕ БЪДИ ПОСРЕДСТВЕН“

Брандът и книгата ни за личностно развитие, която се превърна в най-продаваното издание от български автори. Този проект е първият ми риск, огромна стъпка и източник на увереност, че мога.

ДВИГАТЕЛЯТ

Желанието да се развиваме като личности и с това да водим хиляди приказни промени в света около нас.

МОЯТА ВИЗИЯ ЗА БИЗНЕСА НИ УТРЕ

Много по-структуриран, опериращ и познат в цял свят. Визията за утре е винаги в съзнанието, виждам я и скоро ще я покажа и на вас. 📖



TO A WORLD LEVEL

This is my personal goal which I follow. Not only I believe, but I also visualize every next step I have to take. And most importantly - I take them. My strongest trait is making the things happening. I love setting crazy goals, which nobody believes in, and soon afterwards telling how I achieved them.

THE GREATEST HARDSHIPS

Difficult things attract me. I wish a lot of health to everyone so I can “infect” them with my enthusiasm.

THE BUSINESS ENVIRONMENT IN BULGARIA

When it comes to possibilities and potential, it is boundless; when it comes to the administrative burden, it is terrible; in theory, is great, but in practice - it is frightening; yet, things are moving

to the right direction.

THE WORLD IS HUGE AND...

...our brand is going to be everywhere!

THE ACHIEVEMENTS

In short: our breakthrough in the current 18 markets. The development of our inner company culture and the investment in our employees. My personal growth both as a human being and a leader. I am also proud to be included in the rankings of Forbes „30 under 30“ and JCI of Most Successful Young Entrepreneurs.

KEY FACTOR TO OUR SUCCESS

Our vision in the same direction and the satisfaction of the shared success.

THE INEVITABLE CHANGE

Every single day we have to change or adapt,

otherwise we will never make steps forward.

„DON'T BE MEDIOCRE“

Our brand and book for personal development. The book turned out to be the bestselling edition from Bulgarian authors. This project was my first risk, a huge leap and a source of confidence that showed me that I am capable.

THE DRIVE

My desire to grow as a person and at the same time to make thousands of legendary changes in world around us.

MY VISION FOR OUR BUSINESS TOMORROW

More structured, operating and recognizable in the whole world. The vision for tomorrow is always in my mind, I can see it and soon I will show it to you as well. 📖



ЕВГЕНИЙ ИВАНОВ: КРИБ ИМА ПЛАН ЗА ВЪЗСТАНОВЯВАНЕ НА РАСТЕЖА

БЪЛГАРСКАТА ИКОНОМИКА Е
КОНКУРЕНТОСПОСОБНА И ПОВЕЧЕТО КОМПАНИИ
ВЕЧЕ ДОСТИГАТ НИВАТА ПРЕДИ КРИЗАТА

— // —

EVGENIY IVANOV: KRIB HAS A PLAN ON RESTORING GROWTH

THE BULGARIAN ECONOMY IS COMPETITIVE,
AND MOST COMPANIES ARE ALREADY
REACHING PRE-CRISIS LEVELS



Евгений Иванов е изпълнителен директор и член на Управителния съвет на КРИБ от 2006 г. Бил е посланик на

България към Европейския съюз в Брюксел в периода 1993-1997 г.; трети секретар в Мисията на България към ООН в Ню Йорк; координатор на всички финансови помощи за България и Г-24. Има магистърска степен по международни отношения от МГИМО и докторска степен от Дипломатическата академия във Виена. Завършил е курс по публична администрация в Ecole Nationale D'Administration, Париж. Бил е изпълнителен директор на Българския форум на бизнес лидерите, филиал на Форума на бизнес лидерите на Принца на Уелс (1998-2000 г.); генерален секретар и член на УС на Съюза на работодателите в България (2000-2006) и вицепрезидент на Българския национален комитет на Международната търговска камара – ICC (2007-2011).

Татяна Явашева

- Господин Иванов, нека с нещо позитивно да започнем това интервю. Какво да е то?

- Най-позитивното е, че компаниите, членове на КРИБ, прескочихме и втората вълна на пандемията. В нашите редици нямаме загуби и вървим напред. Във всеобщото възмущение пропуснахме да споделим, че и на това преброяване на работодателските и синдикалните организации КРИБ отново е най-голямата работодателска организация и то осезаемо водим по всички основни законови критерии. Може би на следващия Бал на КРИБ, когато връчваме наградите на най-добрият компаниите, ще отчетем и този успех.

- В единомислие ли са държавата и бизнесът в тази сложна година?

- Държавата и бизнесът бяха в единомислие, докато имаше редовно правителство, поддържахме ежедневен, понякога ежечасов контакт и въпреки някои деликатни моменти, все пак човешко е да има и емоции, нещата вървяха. Сега в спиралата на изборите, предизборните поведенчески проблеми май надделяват, като сме свидетели на повече емоции, отколкото на управленски решения. Но както казва народът, и най-лошото има край, така че ще почакаме.

- Как компаниите ще решат уравнението „три пъти избори плюс пандемия“?

- Компаниите, членове на КРИБ, вече са проигрвали този сценарий, визирам кабинета „Орешарски“. Имаме и план Б, и план С, затова се надяваме и този път да решим

уравнението в наша полза - и колкото по-рано, толкова по-добре. Всяко изчакване е мъчително и води до загуби, които може да са много големи.

- Някои бизнеси вървят нагоре и постигат завидни резултати. Но други са под огромен натиск от ефекта, който има например пандемията върху тях. В тази година на политическа нестабилност „делото на давящите се“ само в ръцете на самите давящи се ли е?

- Да, факт е, че някои бизнеси дори и по време на пандемията вървяха нагоре и постигнаха завидни резултати, а други са под огромен натиск, визирам туристическия сектор, ресторантьорите, които въпреки съдействието, оказвано от нас и от държавата, все още са под вода. Ние не искаме делото на давящите се да е само в техни ръце и затова продължава натискът от наша страна мерките с дизайн подпомагане на туристиче-



**КРИБ ОСТАВА
НАЙ-ГОЛЯМАТА
работодателска организация
и осезаемо водим по всички
основни законови критерии.**

Tatyana Yavasheva

- Mr. Ivanov, let's start this interview with something positive. What should that be?

- The most positive thing is that the KRIB member companies survived the second wave of the pandemic. We have no losses in our ranks, and we are moving forward. In the general excitement, we forgot to mention that according to the latest verification of the representativeness of the employers' associations and trade unions KRIB is once again the largest and most representative employers' organization, and we are convincingly leading in all legal criteria. Perhaps at the next KRIB Ball, where we present the awards to the best companies, we will also report on this success.

- Are the State and the private sector thinking in unison in this difficult year?

- The state and the business sphere were in agreement when there was a stable government. We used to maintain contacts daily, even hourly, and despite some delicate moments - for emotions are part of human nature - things were going well. Now during

the whirl of election campaigns, pre-election behaviour seems to prevail, as we are rather witnessing more emotions than managerial decisions. But as the saying goes - even the worst of times won't last forever, so we will wait.

- How will companies solve the equation of "elections times three, plus a pandemic"?

- KRIB member companies have already played through such a situation - I am referring to the time of the Oresharski Government. We have a Plan B and a Plan C, so we hope to



**KRIB REMAINS
THE LARGEST
employers' organization
and we are convincingly
leading in all legal criteria.**

solve the equation in our favour this time as well - and the sooner we do it, the better. Any wait and see approach is painful and leads to potentially large losses.

- Some sectors are growing and achieving enviable results. But others are under tremendous pressure from the effect that the pandemic has on them. In this year of political instability, to paraphrase a popular saying, will those 'drowning' be left to their own device?

- Yes, it is a fact that some businesses, even during the pandemic, grew and achieved enviable results, while others are under enormous pressure - I am referring to the tourism and catering sectors, which despite the assistance provided by us and the state, are still under water. We do not want the case of the 'drowning' to be in their hands alone, and that is why we continue to press for design measures to support the tourism and catering sectors to continue their work, albeit in a modified way. We can also look for new ways, using competitors' experience on the main markets where our travel companies operate.

- In your observations, how effective are the support measures to those affected by



ския и ресторантьорския сектор да продължат, макар и видоизменени. Може да потърсим и нови, ползвайки опыта на конкуренти в основните сегменти, в които оперират нашите туристически фирми.

- Как по ваши наблюдения работят схемите за подпомагане на засегнатите от коронакризата? Къде има най-големи проблеми? В какво дизайънт на мерките напълно загуби фокус?

- Според нас най-добрата мярка, която беше разработена и предложена от КРИБ, е мярката 60/40. До последно тя работи много добре, дори и в новия си видоизменен вариант ще продължи да работи поне до края на август. Силата ѝ беше, че е насочена към тези работодатели, които искат да си запазят работниците в трудния момент на пандемията. Само работодател, който е готов да извади собствен ресурс към този, който дава държавата, може бързо да възобнови дейността си след края на пандемията. Защото неговите работници и служители на практика са на работните си места и могат да започнат не от нула, а с лятящ старт. Мерките, които загубиха фокус, бяха тези, които поради техническо недомислие, нямат предвид гаранциите по кредитите на ББР за търговските банки, просто не тръгнаха. Причината е, че погрешно се предвиждаше гаранцията да бъде покрита едва след като приключи пълният процес на изискване на кредита от получателя. Разбирате, че това може да продължи години, преди банката да си получи парите от гаранциите по необслужваните кредити.

- Сега чий вук за помощ стига до вас като работодателска организация?

- Най-осезаемо чуваме зова за помощ от туристическия сектор, текстил и производство на облекла. Другите вече стигат дори до нива отпреди

the coronavirus crisis? Where are the biggest problems? In what ways did the design of the measures completely lose focus?

- In our opinion, the best measure, developed and proposed by KRIB, is the 60/40 measure. Until recently, it worked very well, and even in this new modified version it will continue to work at least until the end of August. Its strength was that it was aimed at those employers who wanted to retain their workers during the difficult times of the pandemic. Only an employer who is willing to add own resources to the ones provided by the state can quickly resume operations after the end of the pandemic. That is because his employees, having kept their jobs, will not have to start from scratch, and can enjoy a flying start. The measures that lost focus were those that, due to technical misconceptions - and here I mean the guarantees for BDB loans to commercial banks, simply did not work. The reason is that it was wrongly envisaged that the guarantees would be covered only after the full process of claiming the loan from the recipient was completed. You understand that then it may take years before the bank receives the money from the guarantees on the non-performing loans.

- These days, whose cries for help are

reaching you as an employers' organization?

- We mostly receive calls for help from the tourism sector, and the textile and clothing industry. The other sectors are already reaching their pre-crisis activity levels.

- What are the "hot potatoes" that the next government and parliament must pull from the "fire"?

- The updating of the budget is a key issue so that the planned measures can continue to work. This goes for the introduction of new ones, as well as the submission of the National Recovery Plan to the EU.

- Does the National Recovery and Sustainability Plan give you the hope that it is relatively well focused? What possible risks do you see in its implementation?

- It seems that there is a prevailing opinion that the existing version of the National Plan, perhaps with slight adjustments, should have simply been submitted already. We worked on it in a number of meetings with the ex-Deputy Prime Minister and his team, and we managed to impose our views together with the unions in many of the areas of action included in the plan - so to some extent, we consider ourselves its co-authors. We frankly do not accept the current nihilistic

E Evgeniy Ivanov has been the Executive Director and Member of the Management Board of KRIB since 2006. He was Bulgaria's Ambassador to the European Union in Brussels in the period 1993-1997; Third Secretary at the Permanent Mission of Bulgaria to the United Nations in New York; Coordinator of all assistance programmes for Bulgaria and the G-24. He holds a Master's degree in International Relations from MGIMO and a PhD from the Diplomatic Academy in Vienna. He also completed a course in public administration at the Ecole Nationale d'Administration, Paris. He was the Executive Director of the Bulgarian Business Leaders Forum, a subsidiary of the Prince of Wales Business Leaders Forum (1998-2000); Secretary General and Member of the Board of the Employers Association of Bulgaria (2000-2006) and Vice President of the Bulgarian National Committee of the International Chamber of Commerce - ICC (2007-2011).

• ИНТЕРВЮ •

кризата.

- Кои са „горещите картофи“, които следващото правителство и парламентът трябва да извадят от „огъня“?

- Актуализацията на бюджета е основен въпрос, за да може набелязаните мерки да продължат да работят, както и да бъдат въведени нови, а също така внасянето на Националния план за възстановяване.

- Националният план за възстановяване и устойчивост дава ли ви надежди, че е сравнително добре фокусиран? Какви възможни рискове виждате при неговото изпълнение?

- В този казус се налага мнението, че съществуващият доскоро вариант на Националния план, може би с леки корекции, просто трябваше да бъде внесен. Ние сме работили по него в редица срещи с ресорния вицепремиер и екипа му, успяхме да наложим нашите виждания заедно със синдикатите в много от областите на действие, включени в плана, така че се смятаме донякъде и съватори. Откровено не приемаме nihilisticния подход, че всичко трябва да се промени, още повече без наше знание и без да се попитват неговите „дизайнери“ до нас. Освен това има ясен сигнал от Европейската комисия, че няма да приеме план, внесен от служебно правителство, а в духа на добрите традиции ще чакаат правителство, излъчено от редовен парламент. Това означава, че България ще загуби от половин до една година заради опитите на някои да прокарат свои собствени идеи, често чужди на бизнеса и синдикатите, а и на обществото като цяло. Още повече че в процеса на разчленяване на съществуващия

проект се включиха и интересни субекти, от които чухме само стари мантри и добре заучени лъскави фрази.

- Вашата рецепта – как да става възстановяването и как да се стимулира растежът на българската икономика оттук насетне?

- Рецептата за възстановяване и стимулиране на растежа на икономиката я знаят най-добре предприятията както от базовата индустрия, така и от най-иновативните сектори. Само те могат да кажат какво искат и какво трябва да направи чиновникът, за да върви икономиката. Пресен е примерът на водещ производител на автомобили в България, визирам Син Карс Индъстри, член на КРИБ, който беше принуден да изнесе в Германия (Бавария) производството на конвенционалните модели, но и на изцяло електрическите автомобили. Там той получи сертификата за инвеститор клас А. „Имаме пълното съдействие на германската адми-

нистративна машина, за да не ни се пречи“, сподели самият собственик. Нека новите управляващи да отидат и да го попитат кое го измъчи в България и защо избра група гържава за успешното си производство. А ние бяхме горди, че на всяко голямо мероприятие на КРИБ пред залата, в която се провеждаше то, бяха изложени моделите, с които сега ще се гордее Германия. Накратко – за да е успешна рецептата, КРИБ работи директно със своите членове от базовата индустрия, а също така и с иновативните компании, събрани в БРАИТ - Българската работодателска асоциация „Иновативни технологии“, наш много важен партньор.

- В световната класация за конкурентоспособност на Institute for Management Development от общо 64 страни България падна до 53-о място през 2021 г., което е с 15 позиции надолу спрямо 2009 г. По бизнес ефективност икономиката ни е на 59-о място. Сриб ли е това, конкурентоспособна ли е българската икономика, независимо какво място ни отреждаат класациите?

- Особено съм предпазлив, когато чета класации на многото корифеи в областта на анализите. Помня голямата криза преди пандемията (2008-2009) – нито един от тези корифеи не предсказа, че това може да се случи, след което никой от тях не даде и рецепта за излизане от кризата. И сега, като отшумяха турбулентните години, започнаха отново да анализират кой бизнес е по-ефективен и кой е по-конкурентоспособен. Мога най-отговорно да кажа, че в някои сектори България е не по-малко конкурентоспособна от водещите

АКТУАЛИЗАЦИЯТА НА БЮДЖЕТА

и внасянето на Националния план за възстановяване са най-важната задача след парламентарните избори

approach that everything must be changed, even more so without our knowledge and without consulting us as the original plan "designers". In addition, there is a clear signal from the European Commission that it will not accept a plan submitted by a caretaker government, and in the spirit of good tradition will wait for a government nominated by a regular parliament. This means that Bulgaria will lose somewhere between six months and a year because of some people's attempts to push their own ideas, which are often a stranger to the business sector, the trade

unions, and to society as a whole. Moreover, in the process of dismembering the existing project, some "interesting characters" reappeared from the past who only reiterated the same old mantras and rosegarden phraseology.

- What is your recipe for the recovery and stimulation of the Bulgarian economic growth going forward?

- The recipe for restoring and stimulating the growth of the economy is best known to companies from both the base industries and the most innovative sectors. Only they can say what they want and what the state administration must do to keep the economy going. The fresh example of a leading car manufacturer in Bulgaria comes to my mind. I am referring to Sin Cars Industry, a member of KRIB, which was forced to move to Germany (Bavaria) their production of conventional and fully electric cars. There, it received a certificate as Class A investor. "We have the full cooperation of the German administrative system, so as not to be disturbed in our work," - the company owner told us. Our new government should go and ask him what tormented him in Bulgaria and why he chose another country for his successful production. We used to be so proud when every major KRIB event featured a display

of these car models - models that Germany will now be proudly displaying. In short, to make the recipe successful, KRIB works directly with its base industry members, as well as with the innovative companies gathered in BRAIT - the Bulgarian Employers' Association Innovative Technologies, a very important partner of ours.

- In the world competitiveness ranking of the Institute for Management Development, out of a total of 64 countries, Bulgaria fell to 53rd position in 2021, which represents a 15-places descent since 2009. Is this a failure, or is the Bulgarian economy still competitive, regardless of the rankings?

- I am especially careful when I read the rankings of the plethora of luminaries in the analytics field. I remember the great economic crisis (2008-2009) - none of them predicted that this could happen, and when it did, none of them gave a recipe for overcoming the crisis. And now, as the turbulent years have subsided, they have once again begun to analyse which businesses are more efficient and which are more competitive. I can most responsibly say that in some sectors Bulgaria is no less competitive than the leading countries of the so-called Old Europe, even if this is not highly publicized. We should talk about

UPDATING THE BUDGET and submitting the National Recovery Plan are the most important tasks after the parliamentary elections.



• ИНТЕРВЮ •

страни от т. нар. Стара Европа, но това срамежливо се оставя настрана. За България трябва да говорим по достойнство и със сигурност тя не е в дъното на „меродавните“ европейски класации, както им се иска на мнозина хейтъри. Ще дам само за пример проектите, по които работим със сдружението Автомотив кластер България. Те със сигурност ще докажат правотата на нашата оценка.

- Как да привлечем инвестиции, при положение че HR професионалистите наблюдават силен недостиг на хора за всич-

ки индустрии?

- Да, недостиг на хора има, но ще се върна пак на мерките - тези, които отделиха собствен ресурс и добавиха своите 40 % към това, което даваше държавата, сега разполагат с всичките си работници и служители и за тях проблеми няма. Да му мислят онези, които халтуриха или откровено лъжеха, и се опитваха да убедят, че държавата трябва да им плати всичко.

- В България обичаме да чакаме бурята да ни отминне. Но в случая със Зелената сделка можем ли още да отлагаме?

- Да, исторически това е вярно, може би народопсихологията е наложила това мислене, но в случая на КРИБ това категорично не е вярно. Още през януари т. г. КРИБ стана съорганизатор на конференция на тема: „Зелен пакт и дигитална трансформация - възможности за конкурентоспособността на българската икономика“, заедно с г-жа Искра Михайлова, зам.-председател на политическата група „Обнови Европа“ в Европейския парламент, с личното участие на нашия председател г-н Кирил Домусчиев, и на наши членове в лицето на г-н Стоян



Bulgaria with dignity since it is certainly not at the bottom of the "authoritative" European rankings, where many ill-wishers would want to see it. I will only give as an example the projects we are working on with the Automotive Cluster Bulgaria. These will certainly prove the validity of our assessment.

- How can we attract investment, given that HR professionals see a strong shortage of people in all industries?

- Yes, there is a shortage of people, but I will return to the measures - those who set aside their own resources and added their 40% to what the state gave, now have all their employees and there are no such problems for them. And now think of those who schemed or openly lied trying to convince the authorities that the state should cover all of their expenses.

- In Bulgaria we like waiting for the 'storm

to pass'. But in the case of the Green Deal, can we postpone any longer?

- Yes, historically this is relevant, perhaps folk psychology has imposed this thinking, but in the case of KRIB this is definitely not true. As early as January this year, KRIB co-organized a conference called "Green Deal and Digital Transformation - Opportunities for the Competitiveness of the Bulgarian Economy". This was done together with Ms. Iskra Mihaylova, Deputy Chair of the Renew Europe Political Group at The European Parliament. It also included the personal participation of our President Mr. Kiril Domuschiev, and our members, represented by Mr. Stoyan Stavrev, Executive Director and owner of the Bulgarian Consulting Organization. We prepared an initial action plan, which, however, if not adopted by the state, would be very difficult to lead to any results.

- The Green Deal definitely pushes us to

act. Where do are our biggest issues lie? How can we find the right solutions?

- Our biggest problems are linked to the coal power plants. I am referring to the Maritsa basin, coal mining and the production of electricity from the lowest quality coal. Here we have serious problems with the trade unions, which are trying to maintain both the production and the huge subsidies that these operations receive - at times on the edge of legality. All neighbouring countries will close these proceedings by 2025, while we seem to be trying to push beyond the 2030 horizon. Obviously, measures must be taken now, and not wait until December 31, 2030.

- Among EU countries, the Bulgarian economy has the highest carbon intensity. What are the roles of the state, of employers' organizations, and of the business sector itself in setting the road to decarbonisation?

Ставрев, изпълнителен директор и собственик на Българска консултантска организация, изготвиха първоначален план за действие, който обаче ако не бъде приет от държавата, много трудно може да доведе до каквото и да било резултат.

- **Зелената сделка определено ни подтиква към действия. Къде са най-големите проблеми? Как да се намерят най-добрите решения?**

- Най-големите проблеми са действително в централите на твърдо гориво, бизири в Маришкия басейн, възобновява и производството на електроенергия от най-нискокачествени възобновява. Тук имаме сериозни проблеми и със синдикатите, които се опитват до последно да задържат както производството, така и огромните субсидии, които, на моменти на ръба на закона, тези производства получават. Всички съседни държави ще затворят тези производства до 2025 г., а ние се мъчим да преминем дори хоризонта от 2030 г. Очевидно мерките трябва да се вземат сега, а не да се чака 31 декември 2030 г.

- **Сред страните в ЕС българската икономика е с най-висока възобновява интен-**

зивност. Каква да е ролята на държавата, на работодателските организации, на самия бизнес по пътя към декарбонизация?

- Първите стъпки трябва да бъдат помяна на горивото с природен газ и като паралелно се търси пробив в управлението на водорода. Само иновации на топ ниво ще гарантират, че водородът може да се превърне в двигател и на нашата икономика. В нашите среди вече има движение в тази посока, но темата е деликатна и силно конкурентна, което означава, че е необходима конфиденциалност. Така че ще чакаме фирмите, които работят в тази посока, сами да обявят добрите си резултати.

- **Година наред говорим за кръгова икономика, а на национално ниво все още нямаме дори добре организирано разделяне събиране. Какво чакаме? Кой да ни организира работещата кръгова икономика?**

- КРИБ работи от години в посока гарантиране на устойчива кръгова икономика. Организациите по колективните схеми по събирането и обработването на отпадъците са членове на КРИБ и заедно търсим това, което в Европа вече се е наложило като решение.

Но нека да не забравяме, че стартираме сравнително късно от ниска база и имаме много да догонваме. Но да ви кажа честно, бил съм в съседни европейски страни, където не са и чували за разделяне събиране.

- **Какви приоритети стоят на днешен ред пред КРИБ като работодателска организация?**

- Основен приоритет ни е окончателно излизане от пандемичната криза, недопускане на трета вълна и налагане на устойчив диалог с правителството, което и да е то, за използване на всички възможности, които ни предоставя членството в ЕС за конкурентно управление на икономиката, така че да не отстъпваме на водещите държави.

- **Философията, която ви помага да се справяте с трудностите?**

- Размерът има значение и когато си най-голям, трябва да показваш ежедневно как и групите могат да се справят с трудностите. За нас това е огромно предизвикателство, защото всеки ден трябва да се доказваме отново и отново.

- **Някое възхваляващо послание, което може да споделим с нашите читатели?**

- Да престанем с омразата и да не си измисляме постоянно, че нещата у нас не вървят. Нека по-скоро като Петко Каравелов, след нанесения му побой, да кажем гордо: „В моето Отечество такива работи не стават!“. И това трябва да бъде ясно разбрано от управляващите, които и да са те. Иначе ще им се налага на тези, които не са го прочели, да го прочетат, а тези, които са го прочели и не са го разбрали, да го четат и препрочетат пак. Става дума за класическия роман „Зимата на нашето недоволство“. 📖

ПРОФИЛ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА

КРИБ е "Гласът на българския бизнес", който обединява над 12 500 компании, колективни и индивидуални членове, между които са най-големите компании в България, които дават работа на над 900 000 души. КРИБ участва в Националния съвет за тристранно сътрудничество и комисиите към него.

КРИБ покрива 71 икономически дейности и има силни регионални и браншови структури: 255 регионални представителства в цялата страна и 141 браншови организации. КРИБ има 12 междусекторни комитета, които координират работата по защита интересите на неговите членове.

- The first steps should be to replace carbon-based fuel with natural gas and at the same time look for a breakthrough in hydrogen management. Only top-level innovation will ensure that hydrogen can become the engine of our economy as well. There is already a movement in this direction in our circles, but the topic is delicate and highly competitive, which means that confidentiality is needed. So, we will first wait for the companies that work in this direction to announce their good results themselves.

- **For years we have been talking about circular economy, yet at the national level we still do not have well-organized waste sorting. What are we waiting for? Who will organize a working circular economy?**

- KRIB has been working for years to ensure a sustainable circular economy. The organizations of the so-called collective schemes are members of KRIB and together we are looking to implement what has already become a working solution in Europe. But let's not forget that we started relatively late and from a lower base, and so we have a lot to catch up. Still, to tell you the truth, I have visited neighbouring European countries where they have not even heard of separate waste collection.

- **What are KRIB's current priorities as an**

employers' organization?

- Our main priority is to finally leave the pandemic crisis behind us, prevent a third wave and impose a sustainable dialogue with the government, whichever its political stance, - so we can use all the opportunities provided by EU membership for competitive economic management, and not lag behind the leading countries.

- **Is there a philosophy that helps you deal with difficulties?**

- Size matters, and when you are the biggest actor, you need to demonstrate on a daily basis how others can handle difficulties. This is a huge challenge for us, because we have to prove

ourselves again and again every single day.

- **Any inspiring messages that we can share with our readers?**

- Let's stop hating and constantly imagine that things are not going well in our country. Instead, much like Petko Karavelov once declared after suffering an assault, let us proudly say: "Such things do not happen in my Fatherland!" And this must be clearly understood by the authorities, whichever they are. Otherwise, those who have not read it will have to read it, and those who have read it and have not understood it will have to read it yet again. And with that I am referring to the title of Steinbeck's classic novel "The Winter of Our Discontent". 📖

ORGANIZATION'S PROFILE

KRIB is the "Voice of Bulgarian Business" that unites over 12,500 companies, collective and individual members, among which are the largest companies in Bulgaria, together employing over 900,000 people. The organization participates in the National Council for Tripartite Cooperation and its commissions.

KRIB covers 71 economic activities, and it has strong regional and branch structures: 255 regional offices throughout the country and 141 branch organizations. KRIB also has 12 intersectoral committees that coordinate the work on protecting the members' interests.



Peter Velev: It Is Time For a Complete CHANGE

GREAT RESULTS ARE ACHIEVED WITH CONTINUOUS OUT-OF-THE-BOX THINKING

Dr. Peter Velev is the founder and CEO of Ecopharm. He graduated in medicine in Sofia. He was an Assistant Professor at the Clinic of Gastroenterology at the Medical Academy, and then worked for two years at the University Hospital in Hanover, Germany. In 1994 he became Product Manager at Germed AWD Bulgaria, after which he took over the position of General Manager of Astra Medica Bulgaria. In 2000 he founded Ecopharm, and in 2005 - the pharmaceutical production CI Pharmaceuticals. In 2013, he created CredoWeb, the digital platform for professional communication in the healthcare and pharmaceutical industries.

Tatyana Yavasheva

- Change is a state of mind. The small steps we take every day lead to the big change.
- The pandemic has accelerated the digital revolution, including in the pharmaceutical industry.
- Now is a good time to impose new

business models.

- The leader is able to set the agenda and implement it.
- My professional growth: Continuous learning and willingness to take risks.
- My driving force is the need for new challenges and horizons.
- The pharmaceutical industry behind the scenes: Complexity, regulations,

Петър Велев: Време е за пълна ПРОМЯНА

Високи резултати се постигат с постоянство в нестандартното мислене

Д-р Петър Велев е основател и управител на Екофарм. Завършил е медицина в София. Бил е асистент в Клиниката по гастроентерология в Медицинската академия, а после две години работи в Университетската болница в гр. Хановер, Германия. През 1994 г. става продуктов мениджър в Germed AWD България, след което поема поста генерален мениджър на „Астра Медика“ България. През 2000 г. основава Екофарм, а през 2005 г. - Фармацевтичното производство „Джи И Фармасютикълс“. През 2013 г. създава CredoWeb, дигиталната платформа за професионална комуникация в здравеопазването и фармацевтичната индустрия.

▲ **Татяна Явашева**

- **Промяната е** състояние на духа. Малките стъпки ежедневно водят към голямата промяна.

- **Пандемията** ускори дигиталната революция, включително във фармацевтичната индустрия.

- **Сега е подходящ момент** за налагане на нови бизнес модели.

- **Лидерът е** в състояние да зададе дневния ред и да го реализира.

- **Професионалното ми израстване:** Непрекъснато обучение и нагласа за поемане на риск.

- **Движещата ме сила е** потребността от нови предизвикателства и хоризонти.

- **Фармацията заг кагър:** Комплексност, регулации, изключителна конкуренция.

- **Бих искал да има „хапче“ срещу** Балканския синдром като житейска нагласа.

- **Иновациите са** основата на успеха.

- **Рискувам** с всеки нов проект. Това е същността на предприемача.

- **Моята мерна единица за успех:** Удовлетворение от постигнатото.

- **„Златното“ правило, на което раз-**

читам, е „Труд, много труд и постоянство в нестандартното мислене“.

- **Урокът, какал характера ми:** Във всеки етап от живота има предизвикателства, които се опитват да лимитират развитието.

- **Ако нещо не върви,** не забравяй народната мъдрост „Няма начин да няма начин“.

- **Мотивацията:** Винаги ще има утре, а утре ще бъде по-добре от днес.

- **Работещата бизнес рецепта за времена на криза:** Време е за пълна промяна.

- **Започването на нов бизнес** невинаги е рационално решение. Бизнес интуицията и нагласата за риск често са водещи.

- **Инвестирам** в иновативни идеи.

- **Пречки пред бизнеса, които се развива в България** - бюрокрацията и корупцията.

- **Моето мото в работата:** Ясен фокус и ясни приоритети.

- **Лек, който ползвам срещу преумора:** Тенис всекидневно. ☺

Фирмен профил

Екофарм ЕООД е сред водещите фармацевтични компании в България. Компанията е основана през 2000 г. като приемник на немската фирма ASTA Medica. През 2005 г. „Екофарм“ съвместно с австрийската компания „Генерикон“ откриват фармацевтичното производство в Ботевград - „Джи И Фармасютикълс“, което има износ за над 40 държави.

exceptional competition.

- I would like to have a “pill” against the Balkan syndrome as an attitude towards life.

- Innovation is the basis of success.

- I take risks with every new project. This is the essence of being an entrepreneur.

- How I measure success: Satisfaction with what has been achieved.

- The “golden rule” I live by is “Hard work, hard work and continuous out-of-the-box thinking.”

- The lesson that strengthened my character: At every stage of life there are challenges that try to hinder development.

- If something does not work, do not

forget the folk wisdom “There is always a way”.

- Your motivation: There will always be tomorrow, and tomorrow will be better than today.

- A working business recipe for times of crisis: It's time for a complete change.

- Starting a new business is not always a rational decision. Business intuition and risk-taking are often at the core.

- I invest in innovative ideas.

- Obstacles to a developing business in Bulgaria - bureaucracy and corruption.

- My motto at work: Clear focus and clear priorities.

- Remedy for fatigue: Playing tennis daily. ☺

Company profile

Ecopharm EOOD is among the leading pharmaceutical companies in Bulgaria. The company was founded in 2000 as a successor to the German company ASTA Medica. In 2005 Ecopharm together with the Austrian company Genericon opened the pharmaceutical production in Botevgrad - GI Pharmaceuticals, which exports to over 40 countries.



**КОГАТО
ПРАВИШ БИЗНЕС
НА БАЛКАНИТЕ**

трябва да умееш да се
радваш на уникалната
енергия, която хората
привнасят към работата

Никола Петрески: Не оставяйте парите да заспят

**СТАВАЙТЕ ВСЕ
ПО-ДОБРИ, ЗА
ДА МОЖЕ ДА СЕ
РАДВАТЕ НА ПОВЕЧЕ**

Никола Петрески е главен финансов директор на Теленор България. Той ръководи финансите на компанията, както и екипите, отговорни за счетоводството, финансовото планиране, финансовите процеси за крайни клиенти, снабдяването и логистиката и активностите по търговия на едро. Никола Петрески има над 20-годишен опит в сферата на корпоративните финанси и инвестиционния мениджмънт в областта на телекомуникациите и други икономически сектори. Той е доказан лидер и е заемал множество управленски роли в региона. Възпитаник на Американския университет в България, започва кариерата си в KPMG и впоследствие се присъединява към телекомуникационната индустрия в Deutsche Telekom. По-късно Никола създава екипите за вътрешен одит в Теленор Сърбия, преди да заеме позицията директор Контрол и управление на риска в Теленор Сърбия и Черна гора, където ръководи процеса по сливането с Теленор Банка.

✍ Яна Колева

- **Изкуството да управляваш финансите на телекомуникационна компания** е забавление. Особено когато успяваш да постигаш все по-добри резултати година след година.

- **За да си ключов играч в даден бизнес**, трябва да имаш много силна мотивация да „играеш играта“, да развиеш много добри познания за областта, в която оперира твоят бизнес, както и уменията да се учиш от успехите и неуспехите.

- **Като главен финансов директор моят двигател са** здравият разум и креативните идеи, които са предизвикателство към утвърдените бизнес модели. Спирачка „натискам“, когато липсва почтеност.

- **Добрите финансови резултати са следствие от** мотивация, екипна работа, както и изключително доброто разбиране за това какво прави компанията по отношение на клиентската удовлетвореност.

- **През призмата на числата разбрах, че** всичко е относително. Освен понякога парите.

- **Експериментът, който си позволих да направя, е** непрестанно да имам въпроси към всяка идея и към всичко, което трябва да бъде свършено. Това ми носи също толкова болка, колкото и радост. Но след като един път осъзнаеш как да се справиш с човешката необходимост да бъдеш винаги прав, резултатите са наистина много задоволителни.

- **Моето златно правило:** Ставай все по-добър, за да можеш да се радваш на повече.

- **Ето в какво моята представа за добрия финансист се разминава с представата на хората извън професията:** Добрият финансов директор трябва да бъде почтен преди всичко. Също толкова важно е да може да разбере несигурността, която носи бъдещето, и да позволи въвеждането на креативни идеи в компанията. Майсторството е именно в балансирането на тази креативност с ограниченията на реалността и възможността финансите да

подпомогнат растежа в най-голяма степен. В днешно време, противно на очакванията, работата с екселски таблици се случва много по-рядко.

- **Това, което финансовият директор не бива да си позволи, е** да изключи добрите идеи и да не позволява те да бъдат внедрени в стратегията; да не разбира основните двигатели на бизнеса и пазарните тенденции; да поставя краткосрочните цели преди стратегията; да смята, че конкретни бизнес възможности не подлежат на коментар. Списъкът е дълъг.

- **Във всичко лошо винаги има и нещо хубаво. Пандемията откъм доброта ѝ страна:** Тя ни накара да осъзнаем, че можем да мислим и да действаме по-бързо и по-креативно, отколкото някога сме смятали за възможно. Освен това ни накара да преоценим колко важни са семейните и социалните взаимоотношения.

- **Заг кадър в моята професия остават** разнообразните, динамичните, забавните обикновени хора.

- **Когато правиш бизнес на Балканите**, трябва да умееш да се радваш на уникалната енергия, която хората привнасят към работата.

- **Криптовалутата като разплащателно средство в бизнеса** – това предстои.

- **Онова, което повечето хора не знаят за парите**, е как да не ги оставят да „заспят“.

- **Избрах финансовата сфера като поприще за кариерно развитие** заради няколко случайни срещи.

- **Моята най-добра лична инвестиция** е времето, споделено със семейството ми.

- **Не жали пари за ски, добра храна и нови преживявания.**

- **От трудни ситуации ме измъква** разбирането както на мотивацията, така и на последиците за хората, създаващи тези ситуации.

- **Моята най-шура мечта** е никога да не се пенсионирам. 🙄



Nikola Petreski is the Chief Finance Officer of Telenor Bulgaria. He leads the teams responsible for financial reporting and planning, treasury, tax, customer finance, sourcing and logistics, and wholesale.

Nikola Petreski has over 20 years of experience in assurance and advisory, corporate finance and investment management in the telecommunications industry and other sectors. He is a proven leader and has taken various management roles in the region.

Alumni of the American University in Bulgaria, he started his career in KPMG and subsequently joined the telecommunication industry in Deutsche Telekom. He later established the internal audit function at Telenor Serbia before becoming a Controlling and Risk Management Director in Telenor Serbia and Montenegro, where he also played a key role in the consolidation with Telenor Banka.

Nikola Petreski: Don't let money fall asleep

KEEP GETTING
BETTER TO BE ABLE
TO ENJOY MORE

✍️ Yana Koleva

- **The art of managing the finances of a telecommunications company is fun.** Especially when you manage to achieve better results year after year.

- **To be a key player in a business,** you must have a strong motivation to play the game, maintain a very good knowledge of your business and the market, and own and learn from both good and bad outcomes.

- **As CFO, my engine is** common sense, and creative ideas that challenge established business models. I pull the break on lack of integrity.

- **Good financial results are a consequence of** motivation, teamwork, and a very solid understanding of what the company is doing to address customer needs.

- **Through the prism of numbers, I realized that** everything is relative. Except for money sometimes.

- **The experiment I allowed myself to do is** to constantly question every thought and thing I do. It brought me as much pain as it brought me joy, and once I realized how to handle that human need

to be right, I got very satisfying results.

- **My golden rule:** Keep getting better to be able to enjoy more.

- **Here is how my idea of a good financier differing from the idea of people outside the profession:** A good CFO should have integrity first and foremost. It is as important to be able to understand the uncertainties the future brings and allow creativity in the company. However, balancing this creativity with the limitations of reality is where the mastery is, and how finance can best support growth. Nowadays, working through spreadsheets happens much less than people think.

- **What the CFO should not afford to do is** to shut down extraordinary ideas and stifle creativity.



**WHEN YOU DO
BUSINESS IN
THE BALKANS**
you have to enjoy the unique
energy people bring to the work

Not understand the key drivers of the business and market trends. Put short term targets before strategy. Believe business cases are set in stone. It is a long list.

- **There is always something good in everything bad. The pandemic on its good side** - made us realize we can think and act out of the box faster and more creatively than we have ever thought possible. It also made us re-evaluate how important family and social interactions are.

- **Behind the scenes in my profession remain** diverse, dynamic, and hopefully humble and fun common people.

- **When you do business in the Balkans** you have to enjoy the unique energy people bring to the work.

- **Cryptocurrency as a means of payment in business** is yet to come.

- **What most people don't know about money is** how not to let it sleep.

- **I chose the financial field as a field for career development because** of a couple of chance encounters.

- **My best personal investment is** time with my family.

- **I do not spare money for** skiing, good food and new experiences.

- **It gets me out of difficult situations:** the understanding of both the motivation of and the consequences for people creating those situations.

- **My wildest dream is** to never retire. 🇵🇸

ОТ 1 ЮЛИ **DIEMA SPORT 3**

efbet лига

**английска
висша лига**

**първа
бундеслига**

МНОГО ПОВЕЧЕ ТОП ФУТБОЛ

DIEMA XTRA

DIEMA SPORT

DIEMA SPORT 2

DIEMA SPORT 3

Препоръчителна цена: **11.99** лв. с ДДС/месец

Мит ли са ЕДНОРОЗИТЕ на Балканите

**УСПЕШНОТО
ЛИСТВАНЕ НА
РУМЪНСКИЯ
СТАРТЪП UIPATH НА
УОЛСТРИЙТ ДОКАЗВА,
ЧЕ В СТРАНИТЕ
ОТ РЕГИОНА ИМА
ПОТЕНЦИАЛ**

✍ **Александър Александров**

Може и да си мислите, че еднороз означава митично създание с тяло на кон и рог на челото. В наши дни обаче това понятие се наложи за технологичните стартапи, които успяват да достигнат оценка от над 1 милиард щ. долара. Декакорн пък е новоизмислена дума, която означава онези сред тях, чиято капитализация достига 10 милиарда щ. долара

или повече. Говорим за имена от ранга на Uber, Airbnb, Dropbox, Klarna, Epic Games, Lyft и дори SpaceX. Най-често това са стартиращи компании от САЩ, а отскоро – все по-често и от Китай.

Съвсем наскоро обаче светът се убеди, че подобно „митично животно“ съществува и на Балканския полуостров. Румънската компания UiPath, развиваща продукти за автоматизация, базирани на изкуствен интелект, осъществи през април успешно първично публично предлагане (IPO) на борсата на Уолстрийт. В резултат тя се превърна в първия стартъп от Балканите с капитализация от 36 млрд. щ. долара.

Успешният геблом

на борсата в САЩ доведе до 23% ръст на акциите на компанията, които достигнаха цена от 69 щ. долара за една ценна книга. За сравнение, при началото на тяхната търговия този показател е бил 56 щ. долара. В рамките на операцията стартъпът е привлякъл общо 530 млн. щ. долара капитал, който ще използва за своето допълнително разрастване. Освен всичко останало, листването превърна основателя на UiPath Даниел Динес във втория най-богат източноевропейец със състояние, равняващо се на над 7.5 млрд. щ. долара. Доскоро слабо известен извън Румъния, днес той е сред най-успешните предприемачи в региона. Създадена през 2005 г. в Букурещ, компанията му може да се похвали с 2500 служители и 6300 клиенти, включително и някои от най-големите корпорации в света като Amazon, Google, Verizon, Orange и Uber,





ОСНОВАТЕЛЯТ НА РУМЪНСКАТА
КОМПАНИЯ ДАНИЕЛ ДИНЕС
FOUNDER OF THE ROMANIAN
COMPANY DANIEL DINES

както и институции като американския военноморски флот.

Изключителен успех, който поставя на дневен ред въпроса: Какво е нужно, за да видим повече еднорози в региона? А защо не и от България. Първото, което идва на ум, е, че румънският пазар е в пъти по-голям от българския, а това позволява на местните компании да се разраснат много по-бързо в сравнение с българските. Много по-бързо се развива и стартъп екосистемата в северната ни съседка. Когато говорим за създаването на компании с оценка от 1 милиард щ. долара или 10 милиарда щ. долара обаче, това няма особено значение.

Рецептата е дълга

и тя преминава през опериране на американския или друг голям пазар. Неслучайно огромен брой технологични фирми от България, Румъния и редица други страни по света преместват своите операции там. Същото прави и UiPath още преди 3 г., когато започва да продава много по-активно в САЩ и премества и централата си там. Това ѝ дава не само достъп до множество големи клиенти, а и до сериозен рисков капитал, така необходим за разрастването на един стартиращ бизнес.

Така през пролетта на 2019 г. UiPath си осигурява рисковата инвестиция в размер на над половин милиард щ. долара, в серия D по набиране на капитал, с което още тогава си гарантира пазарна оценка от 7 млрд. щ. долара. Сред инвеститорите са някои от най-популярните фондове в САЩ като Accel, Sequoia и CapitalG, която е част от Alphabet. Това позволява на румънския

стартъп да разшири дейността си, навлизайки в повече фронт – офис сегменти и дейности, свързани с обслужване на клиентите. Тогава са обявени и плановете за IPO в рамките на следващите две години.

Перспективният нов бранш

е друг важен фактор за успеха на румънците. UiPath оперира в сегмента на RPA (Robotic Process Automation, или Роботизирана автоматизация на процесите) – иновативна област, включваща софтуерни решения за оптимизиране работата на екипите и намаляване на времето и разходите, генерирани от различни дейности на служителите. Изключително перспективна област във време, когато стотици компании търсят начини да направят дейността си по-ефективна чрез дигитални технологии. Макар и да не са толкова широко разпространени като ERP и CRM системите, RPA решенията също се развиват изключително динамично, превръщайки се в един от най-горещите бизнес софтуерни сегменти.

UiPath автоматизира различни бизнес процеси, използвайки изкуствен интелект (AI) и сложни скриптове. Компанията планира скоро да пусне нови AI базирани решения. Нейните продукти са насочени към редица области, изискващи обработка на документи и други непродуктивни дейности – от човешките ресурси, през подаването и обработката на жалби, до счетоводството. Впечатляващо е също, че сред клиентите на румънския стартъп са технологични гиганти като Google и Amazon, които инвестират и в собствени решения за автоматизация на процесите. Фактът,


че такива имена използват софтуера на UiPath, е може би най-сериозният аргумент за качеството и иновативния потенциал на нейните продукти.

Някои критици на роботизираната автоматизация посочват, че тя може да доведе до съкращаване на работни места. От румънската компания са убедени, че това не е случаят с нейните решения. Те просто оптимизират работата на служителите, позволявайки им да си спестят тривиални и ежедневно повтарящи се задачи и да се захванат с по-важни и продуктивни дейности. Резултатът е повишаване на печалбата на компаниите, което рядко води до освобождаване на хора. Погледнато исторически, редица иновации като пишещите машини, принтерите и копирните машини също са довели до значими промени в начина, по който хората работят, но не са предизвикали бум на съкращения на персонала, който преди това е писал документи на ръка например.

В сегашния си вид роботизираната автоматизация на процесите се базира в голяма степен на технологии за машинно обучение (machine learning), разпознаване на изображения и др. Това е нов и изключително динамичен сегмент, който до преди десетина години на практика не съществуваше. Успехът на UiPath в толкова специализирана сфера е показателен, че дигиталните технологии тепърва имат потенциала да създават нови подсегменти, способни да генерират дори на малки компании от нашия регион огромно богатство. За нас остава да се оглеждаме за следващите перспективни възможности. ☐



Are
UNICORNS
in the Balkans Just a Myth?



THE SUCCESSFUL LISTING OF
THE ROMANIAN STARTUP
UIPATH ON WALL
STREET PROVES THAT THERE IS
POTENTIAL IN THE COUNTRIES
OF THE REGION

✍ Aleksandar Aleksandrov

You may think that a unicorn means a mythical creature with the body of a horse and a horn on its forehead. Nowadays, however, this concept has become a namesake for technology startups, which manage to reach an estimate of over \$ 1 billion dollars. Decacorn, on the other hand, is a newly made-up word that means those among them whose capitalization reaches \$ 10 billion dollars or more. We are talking about names like Uber, Airbnb, Dropbox, Klarna, Epic Games, Lyft and even SpaceX. Most often, these are start-ups from the United States, and recently - more and more from China.

Quite recently, however, the world has become convinced that a similar “mythical animal” exists on the Balkan Peninsula. The Romanian company UiPath, which develops automation products based on artificial intelligence, made a successful initial public offering (IPO) on the Wall Street stock exchange in April. As a result, it became the first startup in the Balkans with a capitalization of \$ 36 billion dollars.

The successful debut

on the US stock exchange led to a 23% increase in the shares of the company, which reached a price of \$ 69 dollars per share. In comparison, at the beginning of their trading, this figure was \$ 56 dollars. As part of the operation, the startup attracted a total of \$ 530 million dollars of capital that it will use for its further expansion. Among other things, the listing made UiPath founder Daniel Dines the second richest Eastern European with a fortune of more than \$ 7.5 billion dollars. Not very well-known outside of Romania until recently, today he is among the most successful entrepreneurs in the region. Founded in 2005 in Bucharest, the company has 2,500 employees and 6,300 customers, including some of the world's largest corporations, such as Amazon, Google, Verizon, Orange and Uber, as well as institutions, such as the US Navy.

That's an outstanding success that raises the question: What does it take to have more unicorns in the region? And why not - from Bulgaria, too. The first thing that comes to mind is that the Romanian market is many times larger than the Bulgarian one, and this allows local companies to grow much faster than Bulgarian ones. The startup ecosystem in our northern neighbor is also developing much faster. When we talk about setting up companies with a valuation of \$ 1 billion dollars or \$ 10 billion dollars, however, this does not matter that much.

There is another recipe

and it includes operating in the American or other large market. It is no coincidence that a huge number of technology companies from Bulgaria, Romania and a number of other countries around the world are moving their operations there. UiPath did the same 3 years ago, when it started selling much more actively in the USA and moved its headquarters there. This gave it not only access to many large clients, but also to serious venture capital, quite

necessary for the growth of a start-up business.

Thus, in the spring of 2019, UiPath secured a risky investment of over half a billion dollars, in the D series of raising capital, which even then guaranteed a market value of 7 billion dollars. Investors included some of the most popular funds in the United States, such as Accel, Sequoia and CapitalG, which is part of Alphabet. This allowed the Romanian startup to expand its activities, entering more front-office segments and customer service activities. Then the plans for the IPO within the next two years were announced.

The promising new industry

is another important factor in the success of Romanians. UiPath operates in the RPA (Robotic Process Automation) segment - an innovative field that includes software solutions to optimize team work and reduce time and costs generated by various employee activities. This is an extremely promising area at a time when hundreds of companies are looking for ways to make their business more efficient through digital technologies. Although not as widespread as ERP and CRM systems, RPA solutions are also evolving extremely dynamically, becoming one of the hottest business software segments.

UiPath automates various business processes using artificial intelligence (AI) and complex scripts. The company plans to launch new AI-based solutions soon. Its products focus on a number of areas requiring document processing and other unproductive activities - from human resources, through the filing and processing of complaints, to accounting. It is also impressive that among the clients of the Romanian startup are technology giants, such as Google and Amazon, which also invest in their own solutions for process automation. The fact that such names use UiPath software is perhaps the most serious testament to the quality and innovative potential of its products.

Some critics of robotic automation point out that it can lead to job cuts. The Romanian company is convinced that this is not the case with the solutions it provides. They simply optimize the work of employees, allowing them to cut down on trivial and repetitive tasks and to engage in more important and productive activities. The result is an increase in the profits of companies, which rarely leads to the release of people. Historically, a number of innovations, such as typewriters, printers and copy machines have also led to significant changes in the way people work, but have not caused a boom in reducing staff who have been previously writing documents by hand, for example.

In its current form, robotic process automation is largely based on technologies for machine learning, image recognition and more. This is a new and extremely dynamic segment, which practically did not exist ten years ago. The success of UiPath in such a specialized field is indicative that digital technologies still have the potential to create new sub-segments capable of generating enormous wealth even for small companies in our region. It is up to us to look around for the next promising opportunities. 📌



ТЕЛЕНОР

и достъпното бъдеще с 5G

С МРЕЖАТА ОТ ПЕТО ПОКОЛЕНИЕ ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА АВТОМАТИЗАЦИЯ, УМНИ ГРАДОВЕ И ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ ТЕПЪРВА ЩЕ ДОБИВАТ КОНКРЕТНИ ОЧЕРТАНИЯ

Скорост, качество и капацитет демонстрира Теленор България при официалния старт на 5G мрежата си у нас в началото на юни и заяви амбицията си за бързо и качествено разрастване. 5G стартът отваря нова страница в приноса на компанията за дигиталната трансформация и развитието на цифровото общество в страната - кауза, в която мобилният оператор инвестира повече от 20 години чрез постоянно развитие на своята мрежа и услуги, предлагащи на клиентите възможно най-доброто мобилно изживяване.

Точно сега

Моментът е избран неслучайно. Въпреки че първите демонстрации на живо на революционните възможности на 5G Теленор провежда още през 2019 г., телекомът решава да пусне новата услуга по правилния начин, когато е готова във всеки един аспект. Технологията 5G е със сложна екосистема, с множество взаимнообусловени стъпки към изцяло новия свят, където мрежите обслужват милиони свързани устройства с ултра бърза скорост. Затова паралелно с процеса по осигуряване на честотата и нужните разрешения за изграждане на базовите станции, Теленор поддържа тясна комуникация с клиентите си, за да разбере какво точно искат и търсят.

Катализатор на нови процеси

Комуникацията е базирана на специфичния начин за правене на бизнес на компанията. Подходът предполага постоянно и устойчиво осигуряване на качествено изживяване за потребителите, като им предоставя това, което е от първостепенно значение за тях. През април 2021 г. телекомът стартира мащабна информационна и обучителна кампания за новата мобилна технология, насочена не само навън, към клиентите, но и навътре, към хората, работещи в компанията. На специално създадената уеб секция на разбираем език намират място важни въпроси от технически и икономически характер или опасения, свързани със здравето, както и експертен отговор на тях. В т. нар. Център за знания телекомът публикува мнения на експерти, а през официалните си

профили във Facebook и Twitter комуникира директно с потребителите, за да спомогне въвеждането на 5G в България по устойчив, разбираем и ориентиран към крайния клиент начин. По думите на Богдан Узелац, главен търговски директор на Теленор България: „Петото поколение мрежа ще бъде катализатор на редица икономически и обществени процеси и ние искаме потребителите да са част от тях.“

Старт

Сегашната позиция на Теленор като водеща международна телекомуникационна компания отнежда отговорната ѝ роля в развитието на технологичния свят и иновациите. При официалния старт на своята 5G мрежа на 10 юни т. г. по време на специално събитие в Бургас Теленор демонстрира рекордни скорости и качество и капацитет със серия атрактивни тестове, проведени паралелно чрез няколко приложения на 5G.

„Нашият успех се дължи на способността ни да предоставяме ценни за клиентите ни услуги. Осигуряването на възможно най-доброто клиентско преживяване в мрежата на Теленор остава водещ приоритет на компанията“, заяви Спас Велинов, главен директор „Технологи“, ръководител на екипите на компанията, които се грижат за технологичното развитие и иновациите. В отговор на големия интерес към фиксирания безжичен

достъп, телекомът започва да предлага и фиксиран интернет достъп чрез 5G.

Бързо, надеждно и сигурно

„Стремежът ни е да предоставим 5G на всички. Започнахме с качествена мрежа от световна класа и ще предложим 5G на всички наши настоящи и бъдещи клиенти без допълнителни разходи, като част от всичките ни тарифни планове с договор. Очакваме до средата на следващата година да сме на лидерска позиция в качеството и покритието на 5G мрежата“, заяви Богдан Узелац.

Понастоящем мрежата на Теленор предоставя бързо, надеждно и сигурно 5G изживяване на потребителите в над 60 населени места в цялата страна. Като сложна екосистема, освен качествена 5G мрежа и достъпни тарифни планове, са необходими и устройства. Плавният преход от 4G към 5G става възможен благодарение и на широк спектър от смарт устройства, предлагани от Теленор, които поддържат 5G свързаност и са напълно съвместими за работа в 5G мрежата, като броят им само ще нараства.

Качеството

Стартът на Теленор мрежата от петото поколение съвпада с четвъртия по ред 5G Test сертификат на 5G, водещата международна компания за измерване на качеството на мобилни мрежи. С 5G възможностите за автоматизация, умни градове и изкуствен интелект тепърва ще добиват конкретни очертания. За клиентите на Теленор, които винаги имат достъпен, бърз и сигурен онлайн живот, бъдещето е лесно. 📶



TELENOR and the affordable future with 5G

WITH THE FIFTH GENERATION NETWORK, THE POSSIBILITIES FOR AUTOMATION, SMART CITIES AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE WILL SOON START TAKING VISIBLE SHAPE



Telenor Bulgaria demonstrated speed, quality and capacity at the official launch of its 5G network in Bulgaria in early June and showcased its ambition for rapid and quality growth. The 5G launch opens a new page in the company's contribution to the digital transformation and development of the digital society in the country - a cause in which the mobile operator has been investing for more than 20 years through continuous development of its network and services that offer customers the best possible mobile experience.

Right now

The moment was chosen not by chance. Although the first live demonstrations of the revolutionary capabilities of 5G Telenor took place in 2019, the telecom decided to launch the new service in the right way when they were ready in every aspect. The 5G technology has a complex ecosystem, with many interdependent steps to a whole new world, where networks serve millions of connected devices at ultra-fast speeds. Therefore, along with the process of providing the frequency and the necessary permits for the construction of base stations, Telenor maintained close communication with its customers to understand exactly what they want and are looking for.

Catalyst for new processes

Their communication is based on the specific way in which the company is doing business. Telenor's approach presupposes a constant, sustainable provision of a quality experience for consumers by providing them with what is of paramount importance to them. In April 2021, the telecom launched a large-scale information and training

campaign for the new mobile technology, aimed not only at external stakeholders - the customers, but also at the people working in the company. The specially created web section contains important technical, economic or health issues, explained in understandable fashion and gives expert answers to their questions. In the Knowledge Center the operator publishes expert opinions, and through its official profiles on Facebook and Twitter communicates directly with users in order to introduce 5G in Bulgaria in a sustainable, understandable and customer-oriented way. According to Bogdan Uzelac, Chief Commercial Officer of Telenor Bulgaria: "The fifth-generation network will be a catalyst for a number of economic and social processes and we want consumers to be part of the process."

Start

Telenor's current position as a leading international telecommunications company assigns it a responsible role in the development of the technological world and innovation. At the official launch of its 5G network on June 10 this year, during a special event in Burgas Telenor demonstrated record speeds and quality and capacity in life network environment with multiple use cases running simultaneously.

"Our success is due to our capability to provide valuable services to our customers. Ensuring the best possible customer experience in Telenor's network remains a leading priority of the company", said Spas Velinov, Chief Technology Officer, Head of the company's teams responsible for technological development and innovation. In response to the great interest in fixed wireless access, the telecom began to offer fixed internet access via 5G.

Fast, reliable and secure

"We are dedicated to get 5G in the hands of everyone and this is why we will provide 5G to all our subscribers at no extra cost as part of all our post-paid tariff plans. We made sure that we have built the necessary 5G ecosystem to allow for the successful adoption of the new technology from world-class quality network through accessible tariff plans to a wide array of 5G-enabled devices. Bogdan Uzelac said Telenor plans to expand its network coverage rapidly in the following months with the aim to be a leader in 5G coverage and network quality by the middle of next year.

Currently Telenor's network provides a fast, reliable, and secure 5G user experience in over 60 locations across the country. As a complex ecosystem, in addition to an exceptional 5G network and affordable tariff plans, 5G requires supported devices. The smooth transition from 4G to 5G is possible thanks to a wide range of smart devices offered by Telenor, which support 5G connectivity and are fully compatible with its 5G network, and their number will only grow.

Quality

The launch of the fifth generation Telenor network coincides with the fourth Best in Test certificate of umlaut, the leading international company for measuring the quality of mobile networks. With 5G capabilities, automation, smart cities and artificial intelligence will soon start taking visible shape. For Telenor customers, who have always had an affordable, fast and secure online life, the future is easy. 📶



Estee

FITNESS & SPA



WORLD
LUXURY
SPA
AWARDS
GLOBAL
SPA
OF THE
YEAR
3 IN A ROW



ИЛОН МЪСК

който сам създава играта

НА 50 ТОЙ Е ПОСТИГНАЛ ПОВЕЧЕ ОТ ВСЕКИ ДРУГ – БИЛ Е НАЙ-БОГАТИЯТ ЧОВЕК В СВЕТА, ИЗПРАЩАЛ Е В КОСМОСА ХОРА, РАКЕТИ И АВТОМОБИЛИ. И ВСИЧКИ ОЧАКВАМЕ СЛЕДВАЩИЯ МУ ХОД-ИЗНЕНАДА

✍ Тони Григорова

Илон Мъск. Едва ли има човек на Земята, който да не знае това име. Та дори и в Космоса (ако там има разумна форма на живот, са чували за него). Все пак, той изпрати в небето автомобил с манекен-шофьор в скафандр. Изстрелва ракети, сателити, астронавти. И планира да колонизира Марс. Той говори и прави каквото поиска (дори това да е пушене на марихуана в жив ефир, или туит, чиито последици са милионни глоби), няма „филтър“, не спазва правилата на „играта“, защото сам ги създава. Той дори сам създава играта. Една голяма част от аудиторията го боготвори като гений, а за останалите сигурно е чисто луг... Но е безспорно – пред него никой не може да остане равнодушен. Защото Мъск не се бои да мечтае на едро и превръща в реалност идеи, които мнозина смятат за налудничави. На 50 той е постигнал неща, които малцина биха посмели дори да си представят.

Освен предприемчив инженер с остър бизнес нюх, той е визионер, пионер и инвеститор, ориентиран към енергията от възобновяеми източници, изкуствения интелект, невротехнологиите и създаването на мултипланетна цивилизация. „Когато нещо е достатъчно важно

за теб, направи го, дори и шансовете да не са на твоя страна“, е правило, към което Илон Мъск се придържа. Нужна е и голяма доза безразсъдство, което при него е в изобилие.

Път

Илон Мъск е роден в Претория, Южна Африка, на 28 юни 1971 г. Оттогава всичко около него се развива необичайно и с висока скорост. Майка му Меј Мъск, от канадско-английски произход, е известен модел. Баща му Ерол Мъск е британец, роден в ЮАР. Той е електронен инженер, пилот и мореплавател, който става милионер. Меј има сили да даде отпор на домашното насилие, развежда се и поема по свой път в Канада. Затова и днес се радва на успеха на автобиографичната си книга „Жената, която има план“. Ерол също избира живот отвъд нормата и на 72 има дете от доведената си дъщеря Яна от втория си брак с Хайде. Разликата от 42 години не го спира.

Илон Мъск пък е женен три пъти, като в дъва от тях казва „Да“ на една и съща жена. Има шест деца от първата си съпруга – писателката Джъстин Мъск. След като първото е покосено от синдрома на внезапната детска смърт, тя ражда близнаци и тризнаци. Всички са момчета



- Невада Александър, Кай, Саксон, Грифин, Ксавие и Деймиън. През миналата година Мъск и певицата Граймс (самата тя не толкова ексцентрична от партньора си) станаха родители на още едно момче, което нарекоха със странното име X AE A-XII.

Мъск си пада по знаменитостите. Втората му съпруга е английската актриса Талула Райли. След втория им развод през 2016 г. предприемачът се ориентира към Камерън Диас, а после опита с Амбър Хърд, бившата съпруга на Джонни Деп.

Визионер

През 1999 г. Мъск вече е милионер след продажбата на Zip 2. Раздялата с PayPal му носи още 165 млн. долара. През 2002 г. основава SpaceX, с която смята да колонизира Марс и Луната чрез развиваните ракетни технологии. Мъск ненапрасно е чел романиите на Айзък Азимов, като рано или късно ще предложи своята работеща версия. През 2003-а създава Tesla Motors. Мечтателят, за когото фантазмото и реалното почти се сливат, е на път да вкара човечеството и в ерата на автономните електромобили. Планира и изграждането на скоростни подземни влакове по системата Hyperloop. По всичко личи, че не е далеч времето, когато транспортът на Земята и в Космоса ще е

ХОРАТА ТРЯБВА ДА ПРЕСЛЕДВАТ ТОВА,

което ги влече, защото то ще ги
направи по-щастливи от всички
останали.

НЯКОИ НЕ ХАРЕСВАТ ПРОМЯНАТА,

но трябва да я приемаме, защото
другата възможност е провалът.

организиран по съвсем нов начин. Дали защото Илон Мъск е луг за връзване, който намира начин да реализира щурите си идеи, или просто „връзва“ правилните хора, които да ги осъществят, е несъществена подробност...

Друга от неговите компании - NeuroLink, се занимава със създаването на интерфейси „мозък-компютър“. Имплантът се тества върху прасета и маймуни и обещава по-добър живот за хората с определени проблеми.

Без почивка

„Работете като в Ада. Просто работете от 80 до 100 часа седмично, за да увеличите шансовете си за успех“, препоръчва Мъск. Имате ли смелостта да опитате и да ни съобщите резултата?

Междувременно Мъск вече работи по 120 часа седмично, но си обещава да отдели поне 10 часа за жената до него.

Гений или луг

Едно тв участие на Мъск в емблематичното шоу Saturday Night Live на NBC на 8 май 2021 г. направи твърде много. В него като водещ Мъск призна, че има синдром на Аспергер - разстройство с аутистичен характер, което създава трудности в социалното общуване и води до нестереоипно поведение. „Просто така работи мозъкът ми“, обясни той ексцентричността си. „Аз преоткрих електрическите автомобили и изпращам хора на Марс с космически кораби. Все наистина ли смятате, че при това положение ще бъда обичайният спокоен тип?“, попита изобретателят. В същото шоу Мъск обяви доужджойна за „голяма шумотевица“ и „схема“. Инвеститорите не проявиха чувство за хумор, а започнаха да продават криптовалутата, поскъпнала с над 800% в последния месец. Но през Twitter той отново намери начин да я върне в играта. Явно и за свръхбогатия Илон Мъск важи правилото на Аристотел Онасис, който твърди, че от определен момент нататък парите са без значение. Те престават да бъдат цел и играта е онова, което е интересно. А Мъск напрегва, защото не се бои от провал. И резултатите не закъсняват.

Той посрещна 2021 г. като най-богатия човек в света, макар и след това да падна до второто място. През миналата година състоянието му е нараснало с цели 126 млрд. долара - до 151 млрд. долара (според изчисленията на Forbes), което го прави и най-големият печеливш през 2020 г. Благодарение на ръста в акциите на Tesla - защото и на Уолстрийт, независимо дали го обичат, или го намират за несериозен, са готови да го следват.

Ключ към успеха

Тези, които са достатъчно луди да мислят, че могат да променят света, са хората, които го правят, уверява Стив Джобс. Илон Мъск напълно отговаря на този профил. И все пак кой ли е ключовият фактор за успеха му? Навярно в основата на всичко е, че той винаги намира начин да излети от „тясната кутия“ на всяка грандиозна идея, която го осени, като всеки път изобретява нов начин за това. А и умее да привлича последователи, готови да заложат парите си в тази голяма игра. Хората явно са готови да се доверят на рисков играч като Мъск, за когото иновациите са шантава, но постижима цел, чието осъществяване той умее да превърне и в шоу. ①



ELON MUSK

Who Creates The Game Himself

A T 50, HE HAS ACHIEVED MORE THAN ANYONE ELSE - HE HAS BEEN THE RICHEST MAN IN THE WORLD, HE HAS SENT INTO SPACE PEOPLE, ROCKETS AND CARS. AND WE ARE ALL LOOKING FORWARD TO HIS NEXT SURPRISE MOVE

Toni Grigorova

Elon Musk. There is hardly a person on Earth who does not know this name. Even in space (if there is a sensible form of life there, they have heard of it). After all, he sent a car into the sky with a mannequin-driver in a spacesuit. He launched rockets, satellites, astronauts. And he plans to colonize Mars. He talks and does whatever he wants (even if it's smoking marijuana on live TV, or posts a tweet that results in millions in fines), he doesn't have a "filter", he doesn't follow the rules of the "game" because he creates them himself. He even created the game himself. A large part of the audience adores him as a genius, and for the rest he must be completely crazy... But it is indisputable - no one can remain indifferent to him. Because Musk is not afraid to dream big and turns into reality ideas that many consider crazy. At 50, he has achieved things that few would even dare to imagine.

In addition to being an enterprising engineer with a keen business acumen, he is a visionary, pioneer and investor focused on renewable energy, artificial intelligence, neurotechnology and the creation of a multiplanetary civilization. "When something is important enough to you, do it, even if the odds are not in your favor", is a rule Elon Musk adheres to. A great deal of recklessness is also needed, which he has in abundance.

Path

Elon Musk was born in Pretoria, South Africa, on June 28, 1971. Since then, everything around him has developed in a strange way and at high speed. His mother, May Musk, of Canadian-English descent, is a famous model. His father, Erol Musk, is a Briton born in South Africa. He is an electronic engineer, pilot and sailor who became a millionaire. May was strong enough to resist domestic violence, got divorced and restarted her life in Canada. For that she still enjoys the success of her autobiographical book "The Woman Who Has a Plan". Erol also chose a life beyond the norm and at 72 had a child by his stepdaughter Yana from his second marriage to Heide. The difference of 42 years did not stop him.

Elon Musk has been married three times, saying "yes" to the same woman in two of them. He has six children by his first wife, writer Justin Musk. After the first was stricken by sudden infant death syndrome, she gave birth to twins and triplets. They are all boys - Nevada Alexander, Kai, Saxon, Griffin, Xavier and Damien. Last year, Musk and singer Grimes (being no less eccentric than her partner herself) became the parents of another boy, whom they named with the strange name X AE A-XII.

Musk falls for celebrities. His second wife is the English actress Tallulah Riley. After their second divorce in 2016, the entrepreneur turned to Cameron Diaz and then tried with Amber Heard, Johnny Depp's ex-wife.

Visionary

In 1999, Musk became a millionaire after the sale

of Zip 2. Parting with PayPal brought him another \$ 165 million. In 2002, he founded SpaceX, with which he intends to colonize Mars and the Moon through advanced rocket technology. It's no coincidence Musk has read Isaac Azimov's novels, and sooner or later he will offer his working version. In 2003 he founded Tesla Motors. The dreamer, for whom the fantasy and the real almost merge, is about to launch humanity into the era of autonomous electric cars. He also plans to build high-speed underground trains under the Hyperloop system. It seems that the time is not far off when the transport on Earth and in space will be organized in a completely new way. Whether it's because Elon Musk is a crazy person, who finds a way to realize his bizarre ideas, or just engages the right people to make them happen, is an insignificant detail...

Another of his companies, NeuroLink, is working on a brain-computer interface. The implant is tested on pigs and monkeys and promises a better life for people with certain problems.

No resting

"Work like hell. Just work 80 to 100 hours a week to increase your chances of success", recommends Musk. Do you have the courage to try and let us know the result?

Meanwhile, Musk already works 120 hours a week, but promises to spend at least 10 hours for the woman next to him.

Genius or crazy

A TV appearance of Musk on NBC's iconic Saturday Night Live show on May 8, 2021 did heaps. In it, as a presenter, Musk admitted that he has Asperger's syndrome - a disorder of autistic nature, which creates difficulties in social communication and leads to non-stereotyped behavior. "It's just how my brain works", he explained his eccentricity. "I reinvented electric cars and sent people to Mars in

spaceships. Do you really think that in this case I will be the usual calm type?", the inventor asked. In the same show, Musk proclaimed dogecoin to be "much ado about nothing" and a "scheme". Investors did not show a sense of humor, and began selling the cryptocurrency, which rose by more than 800% in the last month. But on Twitter, he found a way to get it back in the game. Apparently, the rule of Aristotle Onassis also applies to the super-rich Elon Musk, who claims that from a certain moment onwards money is irrelevant. It ceases to be a goal and the game is what is interesting. And Musk is making progress because he is not afraid of failure. And the results are soon to follow.

He stepped into 2021 as the richest man in the world, although he then fell to second place. Last year, his fortune increased by as much as \$ 126 billion reaching \$ 151 billion (according to Forbes estimates), making him the biggest winner in 2020. Thanks to the growth in Tesla shares - because even on Wall Street, whether they love him or find him frivolous, are willing to follow him.

The key to success

Those who are crazy enough to think they can change the world are the people who do it, said Steve Jobs. Elon Musk fully fits this profile. And yet, what is the key factor for his success? Probably at the heart of it all is that fact that he always finds a way out of the "narrow box" of every grand idea that dawns on him, each time inventing a new way to do so. And he knows how to attract followers who are ready to bet their money in this great game. People are obviously ready to trust a risky player like Musk, for whom innovation is a crazy but achievable goal, the realization of which he knows how to turn into a show. 📺



PEOPLE NEED TO PURSUE WHAT THEY

are passionate about, because it will make them happier than pretty much anything else.

SOME DON'T LIKE CHANGE, but we have to accept it because the other option is failure.



КОНЦЕРТ НА DEAD CAN DANCE
В АНТИЧЕН ТЕАТЪР
CONCERT OF DEAD CAN DANCE
AT THE ANCIENT THEATER

(Р)еволюцията на СЪБИТИЯТА

СЛЕД КАТО ПРЕМИНАХА ОНЛАЙН ЗАРАДИ ПАНДЕМИЯТА, КОНФЕРЕНЦИИТЕ И КОНЦЕРТИТЕ СЕ ЗАВРЪЩАТ ПРЕД ПУБЛИКАТА НА ЖИВО

Мая Цанева

Периодът 2020 - 2021 г. промени провеждането на събития - множеството преминаха онлайн, а немалко бяха отложени или отпаднаха завинаги от календара. Европейското първенство по футбол 2020, което се провежда през лятото на 2021 г., и Олимпиадата в Токио 2020, която предстои, са най-значимите приме-

ри. Но извън големи форуми като тези, всички зрители, артисти, организатори на събития се оказаха заедно в мач срещу неизвестността, в който печели този, който първи излезе онлайн пред публиката.

Онлайн и офлайн

В началото на 2021 г. международната платформа за събития Vizzabo представи проучване сред 400 професионалисти в ивент бизнеса. Според него след онлайн трансформацията на индустрията (над 1000% увеличение на събитията онлайн от началото на коронакризата, или повече от 52 000 събития в една от популярните платформи - 6Соппex), следва годината на хибридните формати, но в тях едва 24% от запитаните имат опит. Повечето професионалисти в сферата са оптимисти, че събитията на живо се връщат, но остава фокусът върху онлайн кампаниите за популяризиране на събитията, където резултатите са по-дълготрайни и устойчиви.

Трима професионалисти в събитийния бизнес у нас споделят тези прогнози на световните лидери и са готови да ни върнат „на сцената“ след неочакваната трансформация.



КИНО ПОД НЕБЕТО
CINEMA UNDER THE SKY



СЪБИТИЕ НА INNOVATION STARTER ACCELERATOR В СОФИЯ ТЕХ ПАРК
INNOVATION STARTER ACCELERATOR
EVENT IN SOFIA TECH PARK

Възраждане

„На зрителите им писнаха онлайн концертите. Все пак ще остане опция за онлайн събития, но под хибридна форма и за определени формати – за конференции например“, казва Стоян Ангелов, съосновател и изпълнителен директор на Evedo – българска блокчейн платформа за организиране на събития, която работи на повече от 20 пазара в Европа, Южна Америка, Азия. Стоян посреща ковид-кризата на международно бизнес събитие с големи планове, но няколко месеца по-късно преработва успешно модела на работа на компанията си.

„Цената, която платиха организаторите, е огромна. През 2020 г. повечето промутири изживяха един от най-тежките си моменти – някои фалираха, други още търсят изход. Които е оцелял, преживява възраждане. Погледнете към сцените в Англия, Гърция, Сърбия, Румъния. Нищо не може да замени като бизнес реалното събитие, защото хората дават за него много повече пари, отколкото за онлайн събитие, макар че то се купува от повече хора“, пояснява той.

Основателят на агенцията за организация на музикални събития „Ивентийз“ (EventEase) Иво Гузлев споделя, че виртуалните концерти са помогнали на групите и артистите да не загубят връзката с публиката. Той пояснява, че независимо от ситуацията, организаторът носи целия риск за едно събитие и винаги той е този, който губи при проблеми. „Цената на едно събитие непрекъснато върви нагоре. От друга страна, публиката може да е закъсняла, но нагласата колко може да плати за един концерт не се е променила от преди пандемията“, казва Иво.

Според Пламен Славчев, директор Дирекция „Организиране на събития“ в София Тех Парк, научно-технологичният парк е сред тези в бранша, които се оказаха с много по-

тенициал за развитие, но с празни календари. Въпреки това за него и колегите му 2020 г. може да се опише като неочаквана възможност. „Пандемията ни позволи да насочим усилия в подобряване на инфраструктурата ни за събития. Знаково е отварянето на зала The Venue в сградата Инкубатор. Нашият Clubhouse се превърна във водеща локация за онлайн събития в София с над 100 активности. Вече разполагаме с професионално оборудване и с всичко необходимо за качественото техническо обезпечаване на онлайн и хибридни събития. През локдаун Иновационният форум „Джон Атанасов“ се превърна в дигитално студио, изцяло преоборудвахме залите в Лабораторния комплекс“, казва той. Паркът открива нишата и с арт събития, кинопрожекции, корпоративни и лайфстайл събития. Театър „Българска армия“ и Самуричният театър провеждат 30 постановки на открито в Амфитеатъра.

Трансформация

И тримата събеседници очакват онлайн събитията да отстъпят на форумите на живо и на хибридните, но промяната е много по-голяма. Стоян казва, че трансформацията на виртуалните събития е в посока качество. Той цитира пример със запис на концерт на Джинси Кингс в Дубай (Gypsy Kings by André Reyes Live from Dubai Opera), който се продава успешно on demand заради изпълнителите и качеството на предаването.

Онлайн трансформацията предизвиква хората „зад сцената“ – артисти, организатори, собственици на платформи за излъчване, тикетинг системи, да подобрят взаимодействието си в реална и във виртуална екосистема. Evedo се старее в посока ивент индустрията да заработи „по-ефективно и по-прозрачно“. Затова и съветът на Стоян Ангелов за успешно събитие сега е: „правилна концепция с правилните партньори, с доста-

тъчно добър риск мениджмънт“.

Пламен допълва, че планирането на по-големи събития е насочено към есенния сезон, който се очаква да бъде доста активен. В момента се търсят предимно места за провеждане на събитие на открито и на закрито. Локациите за онлайн и хибридни събития са актуални за тематични форуми сред целева аудитория. „Съотношението онлайн и присъствени събития започва да се изравнява, като предпочитаният формат за това лято и есен ще бъде хибридният, което дава възможност да се включиш от дистанция или присъствено. Добавената стойност на София Тех Парк го голяма степен идва и от възможността за включване на водещи учени и екипи от Лабораторния комплекс на Парка“, пояснява той.

Предизвикателства

Голямото предизвикателство пред всички е осигуряване на цена на събитията, която да отговори и на повишените бюджети за техническо обезпечаване. Пламен посочва, че бюджетите, както и положените усилия, не отстъпват по никакъв начин, независимо дали събитието е за 1000 човека на живо, или ще се случи онлайн с 10 човека в студио. Той коментира, че предвид липсата на възможност за нетуъркинг, срещи на живо и допълнителни активности към живите събития, най-важното за онлайн активностите е съдържанието, за да привлече аудитория.

Иво Гузлев допълва, че посещаемостта ще се увеличава с намаляване на риска от пандемията. „Онлайн концертите ще намалят драстично, защото много трудно през тях може да се покрият разходите за продукция и хонорарите на артистите. Надяваме се през 2022 г. да можем отново да върнем нормалния ритъм на концерти и турнета на всички банди без ограничения в пътуването и в капацитета на залите“, завършва той с оптимизъм. 🎧

The (R)evolution of EVENTS

AFTER GOING ONLINE DURING THE PANDEMIC, CONFERENCES AND CONCERTS GO BACK TO HAVING LIVE AUDIENCES

✍ **Maya Tsaneva**

The period 2020 - 2021 changed the way events are conducted- many went online, and many were postponed or dropped from the calendar forever. The 2020 European Football Championship, which took place in the summer of 2021, and the forthcoming Tokyo 2020 Olympics are the most notable examples. But apart from the big forums like these, all viewers, artists, event organizers found themselves together in a match against the unknown, in which the winner was the one who first went online in front of the audience.

Online and offline

At the beginning of 2021, the international event platform Bizzabo presented a survey among 400 event business professionals. According to it, after the online transformation of the industry (over 1000% increase in online events since the beginning of the Covid crisis, or more than 52,000 events in one of the popular platforms - 6Connex), follows the year of the hybrid formats, but

only 24% of the respondents have any experience with them. Most professionals in the field are optimistic that live events are coming back, but the focus remains on online campaigns to promote events where the results are more lasting and sustainable.

Three professionals in the event business in our country share these predictions of the world leaders and are ready to bring us back “on stage” after the unexpected transformation.

Revival

“Viewers are fed up with online concerts. However, it will remain an option for online events, but in a hybrid form and for certain formats - for conferences, for example”, said Stoyan Angelov, co-founder and CEO of Evedo – a Bulgarian blockchain platform for organizing events, which operates on more than 20 markets in Europe, South America, Asia. Stoyan welcomed the Covid crisis at an international business event with big plans, but a few months later he successfully restructured his company's business model.



СЪБИТИЕ НА ОТКРИТО В
ИНКУБАТОРА НА СОФИЯ ТЕХ ПАРК
OUTDOOR EVENT IN THE
INCUBATOR OF SOFIA TECH PARK

Sofia Tech Park

СЕДМИ НАЦИОНАЛЕН СИМПОЗИУМ ПО СТОМАНЕНИ, ДЪРВЕНИ И КОМБИНИРАНИ КОНСТРУКЦИИ НА УАСГ
SEVENTH NATIONAL SYMPOSIUM ON STEEL, WOODEN AND COMBINED STRUCTURES OF UASG



Sofia Tech Park

“The price paid by the organizers is huge. In 2020, most promoters experienced one of their worst moments - some went bankrupt, others are still looking for a way out. The ones who survived experienced a Revival. Look at the stages in England, Greece, Serbia, Romania. Nothing can replace a real event as a business, because people pay much more money for it than for an online event, even though more people are attending it”, he explained.

The founder of the EventEase event agency, Ivo Guglev, said that the virtual concerts helped the groups and artists not to lose touch with the audience. He explained that regardless of the situation, the organizer bears the entire risk of an event and he is always the one who loses in case of problems. “The price of an event is constantly going up. On the other hand, the audience may be longing, but the attitude of how much they are willing to pay for a concert has not changed since before the pandemic”, said Ivo.

According to Plamen Slavchev, director of the Event Management department at Sofia Tech Park, the science and technology park is among those in the industry that have proved to have a lot of potential for development, but with empty calendars. However, for him and his colleagues, 2020 could be described as an unexpected opportunity. “The pandemic has allowed us to focus on improving our event infrastructure. The opening of The Venue Hall in the Incubator building is significant. Our Clubhouse has become a leading location for online events in Sofia with over 100 activities. We already have professional equipment and everything necessary for quality technical support of online and hybrid events. During the lockdown, the John Atanasov Innovation Forum became a digital studio, we completely re-equipped the halls in the

Laboratory complex”, he said. The park also opened another niche with art events, film screenings, corporate and lifestyle events. The Theater of the Bulgarian Army and the Theater of Satire hold 30 outdoor performances at the Amphitheater.

Transformation

All three interlocutors expect online events to give way to live and hybrid forums, but the change is much greater. Stoyan claimed that the transformation of virtual events is in the direction of quality. He gave an example with a recording of a Gypsy Kings concert in Dubai (Gypsy Kings by Andrè Reyes Live from Dubai Opera), which sold successfully on demand due

advice for a successful event now is: “the right concept with the right partners, with proper risk management”.

Plamen added that the planning of larger events is focused on the autumn season, which is expected to be quite active. Currently, places for holding an outdoor and indoor event are mainly in demand. Locations for online and hybrid events are relevant for thematic forums among the target audience. “The ratio of online and face-to-face events is starting to equalize, and the preferred format for this summer and fall will be the hybrid one, which allows you to join remotely or in person. The added value of Sofia Tech Park largely comes from the opportunity to include leading scientists and teams from the Laboratory Complex of the Park”, he explained.

Challenges

The big challenge for everyone is to ensure a price for the events that will meet the increased budgets for technical support. Plamen pointed out that the budgets, as well as the efforts made, are no lesser in any way, regardless of whether the event is live for 1000 people or will take place online with 10 people in a studio. He commented that given the lack of networking opportunities, live meetings and additional activities to live events, the most important thing for online activities is the content, in order to attract an audience.

Ivo Guglev added that attendance will increase as the risk of a pandemic decreases. “Online concerts will be drastically reduced, because it is very difficult to cover production costs and artists' fees through them. We hope that in 2022 we will be able to return to the normal rhythm of concerts and tours of all bands without restrictions in travel and in the full capacity of the halls”, he concluded with optimism. 19



to the performers and the quality of the show.

Online transformation challenges the people “behind the scenes” - artists, organizers, owners of broadcasting platforms, ticketing systems, to improve their interaction in a real and virtual ecosystem. Evedo is working towards making the event industry “more efficient and transparent”. That is why Stoyan Angelov's



NV TOWER

**най-зелената
сграда на София**



МНОГОФУНКЦИОНАЛНОСТ, УДОБСТВО, ЕФЕКТИВНОСТ И УСТОЙЧИВОСТ СА ВОДЕЩИТЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ТОЗИ ИНОВАТИВЕН ПРОЕКТ, ЗА КОЙТО СА ИЗПОЛЗВАНИ НАЙ-НОВИТЕ ТЕХНОЛОГИИ

Яна Колева

На точното място в подходящ момент – такава се очертава да е най-модерната многофункционална сграда в София. Тя предлага редица удобства на бъдещите си ползватели, точно когато е на лице трендът за връщане обратно в офисите.

NV Tower е забележителен проект, който добре се вписва в градската среда със своята сложна архитектура и неповторима визия. Избрана е отлична локация на комуникативно място – на бул. „Г. М. Димитров“, в близост до кръстовището с бул. „Драган Цанков“ и метростанция „Г. М. Димитров“.

Функционалност

NV Tower има 21 етажа и 3 подземни нива. Зоните с обществени функции са разположени на първите три етажа и са над 5000 кв.м, етажи от 4 до 17 предлагат 20 000 кв.м първокласни офис пространства, а над тях има 4 жилищни етажа. На ниво партер са кафетерия, медицински център и търговски обекти. На втория етаж има голяма спортна и уелнес зона с фитнес, 25-метров плувен басейн с джакузи, СПА зона със сауни, парна баня и релакс помещение, салон за красота и зали за масаж. На същото ниво има конферентен блок със зала за 200 човека, с възможност за разделяне на две по-малки зали и конферентно лоби. На третия етаж спортният център разполага с 4 просторни зали за групови тренировки. На този етаж е и кантината с голяма и красиво озеленена външна тераса. Офисните площи имат възможност за обособяване на открити работни места, зали за срещи, кабинети, зони за отпочиване.

Фасадата

Сложният архитектурен силует на сградата черпи вдъхновение от динамичните форми на естествените кристали в природата, тъй като минното дело е една от основните дейности на инвеститора Минстрой холдинг. Фасадата на NV Tower е постижение за всички, които са дали принос тя да изглежда точно така. Нестандартните търсения, изискващи иновативен подход, са довели след себе си и множество инженерни предизвикателства. Кратките срокове са били незаобиколим фактор.

Енергоефективност

NV Tower разполага с голям набор от най-модерни сградни системи, които да осигуряват комфортна среда за обитателите и същевременно енергоефективна експлоатация. Специална система за сградна автоматизация и контрол ще следи потреблението на електрическата енергия и разхода на вода, като ще може автоматично да ограничава консумацията на енергия на някои от съоръженията. Редица иновативни решения съдействат това да е най-зелената сграда в София по отношение на всички ресурси, които ще се ползват в процеса на нейната експлоатация. Затова и тя ще получи сертификата LEED Gold – глобално признат символ за постигнати стандарти в зелени и устойчиви сгради.





**Арх. Анжел Захариев,
управител на А и А Архитекти:**

NV Tower е изключителен по своята сложност проект за цяла Югоизточна Европа. В архитектурен аспект NV Tower създава нов и неочакван образ за подобен вид сгради, напредничав в много отношения спрямо традиционното строителство. Тази архитектура ще вдъхновява обитателите и посетителите и ще ги предизвиква към смелост и креативност в работата. В NV Tower са интегрирани редица съвременни тенденции при проектирането и изграждането на мащабни проекти: Многофункционалност – създаване на комбинация от различни функции в една сграда, за да бъде обитавана по-дълго време в денонощието. Устойчивост – максимално

използване на потенциала на съвременните строителни материали за постигане на голяма енергоефективност, както и озеленяване, включително по тераси и покриви, за създаване на по-благоприятен микроклимат. Отговорност към градската среда – високите сгради формират силуета на града и създават неговия характер. Технологичност – използване на иновативни технологии за сградните системи, с възможност за лесното им надграждане в бъдещето.

Архитектите имат свобода да творят, но техните творения – сградите, имат огромно социално значение. Казват, че хората оформят сградите, после сградите формират хората, което показва каква е отговорността на архитектите към обществото. Създаването на красива и хармонична среда върви с това тя да бъде обитавана безпроблемно, като за целта се намерят най-подходящите технологични решения, чрез които да се осигури и дълъг живот на сградата. За мен големите предизвикателства създават предпоставка за повече креативност и нови подходи за решаване на сложните казуси.

**Инж. Здравко Кинанев,
координатор на проекта:**

Предимството на NV Tower е в уникалността на архитектурата, богатото озеленяване, наличието на много тераси, отварямата фасада и големият диапазон на услуги, които ще се предлагат тук.

Едно от големите предизвикателства беше срокът за въвеждане на сградата в експлоатация. Този проект ми даде възможността да се запозная и да работя с много нови хора и с нови строителни технологии.



**Арх. Николай Узунев, водещ
проектант, А и А Архитекти:**

NV Tower е емблематичен обект за София, затова отговорността и очакванията към проектантския екип бяха огромни от самото начало. Като ръководител на екипа най-голямото предизвикателство в личен план за мен беше да не се допуска компромис с качеството на проекта въпреки рекордно кратките срокове за изпълнение. Справихме се с постигането на тази много сложна визия и разпределения, които отговарят на най-съвременните тенденции в проектирането на офисни сгради. Това ми костваше много усилия и безсънни нощи, но смятам, че си заслужаваше, защото създадохме качествена сграда и допринесохме за положителното развитие на градската среда.

**Л. арх. Добромира Лулчева,
Лангскейн Дизайн Студио:**



NV Tower е модел за устойчива архитектура и градско развитие. Това е и първият пример за сграда - вертикален парк в България. По своите 21 етажа тя притъпява над 200 дър-

вета и над 7000 малки растения. Растителните видове са добре подбрани и разпределени по етажите и внимателно направено според ориентацията и височината на терасите. Използвани са вечнозелени видове, осигуряващи целогодишен визуален ефект на зелен екран и защита от ветровете. Символиката на природата и естествените кристали са в основата на философията в дизайна на градините. На ниво терен е развита атрактивна градина за бъдеща експозиция на открито на скали и минерали, препратка към основната дейност на инвеститора Минстрой холдинг.

**Ивелина Симеонова,
маркетинг и лизинг мениджър:**

Пазарът на офис площи претърпя известно забавяне на темпове, но NV Tower се радва на нестихващ интерес от самото стартиране на проекта. С внимание към най-малкия детайл, вплетен в цялостния замисъл, NV Tower предлага нестандартна визия за средата на работа. Бизнесът е привлечен от концепцията за мултифункционалност и затова толкова бързо бяха отдадени над 90% от офис площите. Заг такъв успех, разбира се, стои много работа и мотивация за решаване на предизвикателствата. ☺





NV TOWER

The Greenest Building in Sofia

VERSATILITY,
CONVENIENCE,
EFFICIENCY
AND SUSTAINABILITY
ARE THE LEADING
FEATURES OF THIS
INNOVATIVE PROJECT,
FOR WHICH THE LATEST
TECHNOLOGIES ARE USED

Yana Koleva

In the right place at the right time - this is going to be the most modern multifunctional building in Sofia. It offers a number of conveniences to its future users, just when there is a trend to return to the offices.

NV Tower is a remarkable project that fits well into the urban environment with its complex architecture and unique outlook. An excellent location has been chosen at a communicative place - on G.M. Dimitrov Blvd., near the intersection with Dragan Tsankov Blvd. and G.M. Dimitrov Metro Station.

Functionality

NV Tower has 21 floors and 3 underground levels. The areas with public functions are located on the first three floors and are over 5,000 sq.m., floors from 4 to 17 offer 20,000 sq.m. first-class office spaces, and above them there are 4 residential floors. On the

ground floor there is a cafeteria, medical center and shops. On the second floor there is a large sports and wellness area with fitness, 25-meter swimming pool with jacuzzi, spa area with saunas, steam bath and relaxation room, beauty salon and massage rooms. On the same level there is a conference block with a hall for 200 people, with the possibility of dividing it into two smaller halls and a conference lobby. On the third floor the sports center has 4 spacious halls for group training. On this floor is the canteen with a large and beautifully landscaped outdoor terrace. The office areas have the opportunity to create open space workplaces, meeting rooms, offices, recreation areas.

Facade

The complex architectural silhouette of the building draws inspiration from the dynamic shapes of natural crystals in nature, as mining is one of the main activities of the investor Minstroy Holding. The facade of NV Tower is an achievement for all

• REAL ESTATES •



Красимир Сърнаков 📷 Krasimir Sernakov



who have contributed to it looking exactly like that. Non-standard seeking, which require an innovative approach, has brought upon many engineering challenges. Short deadlines have been an unavoidable factor.

Energy efficiency

NV Tower has a large set of state-of-the-art building systems to provide a comfortable environment for the occupants and at the same time ensure energy efficient operations. A special building automation and control system will monitor electricity consumption and water consumption, and will be able to automatically limit the energy consumption of some of the facilities. A number of innovative solutions contribute to this being the greenest building in Sofia in terms of all resources that will be used in the process of its operation. That is why it will receive the LEED Gold certificate - a globally recognized symbol of standards achieved in green and sustainable buildings.

UP CLOSE AND PERSONAL

Arch. Angel Zahariev, Manager of A and A Architects:

NV Tower is an exceptional project for the entire Southeast Europe. In architectural terms, NV Tower creates a new and unconventional outlook for this type of building, advanced in many respects compared to traditional construction. This architecture will inspire residents and visitors and empower them to be courageous and creative in their work. NV Tower integrates a number of modern trends in the design and construction of large-scale projects: Versatility - creating a combination of different functions in one building to be inhabited until later hours during the day. Sustainability - maximizing the potential of modern building materials to achieve high energy efficiency, as well as landscaping, including on terraces and roofs to create a more favorable microclimate. Responsibility to the urban environment - tall buildings form the silhouette of the city and create its character. Technologically advanced - use of innovative technologies for building systems, with the possibility of easy future upgrading.

Architects have the freedom to create, but their creations, the buildings, are of great social significance. It is said that people shape buildings, then buildings shape people, which shows the responsibility of architects towards society. Creating a beautiful and harmonious environment goes with the need for it to be easily inhabited, and for this purpose the most suitable technological solutions should be found, through which to ensure a long life of the building. For me, the big challenges create a prerequisite for more creativity and new approaches to solving complex cases.



Eng. Zdravko Kinanev, Project coordinator:

The advantage of NV Tower is the uniqueness of its architecture, the rich landscaping, the presence of many terraces, the opening facade and the wide range of services that will be offered here.

One of the big challenges was the deadline for putting the building into operation. This project gave me the opportunity to meet and work with many new people and use new construction technologies.

**Landscape Arch. Dobromira Lulcheva,
Landscape Design Studio:**

NV Tower is a model for sustainable architecture and urban afforestation. This is the first example of a building - a vertical park in Bulgaria. On its 21 floors it houses over 200 trees and over 7,000 small plants. The plant species are well selected and the distribution on the floors is carefully done according to the orientation and height of the terraces. Evergreen species have been used, providing a year-round green visual effect and protection from the winds. The symbolism of nature and natural crystals is the basis of the philosophy in the design of the garden. At the ground level, an attractive garden has been developed for future outdoor exhibition of rocks and minerals, a reference to the main activity of the investor Minstroy Holding.

Arch. Nikolay Uzunov, Head Designer, A and A Architects:

NV Tower is an emblematic site for Sofia, so the responsibility and expectations of the design team were huge from the very beginning. As a team leader, the biggest challenge for me personally was not to compromise on the quality of the project, despite the record-breaking deadlines. We have managed to achieve this very complex outlook and scheme that meet the latest trends in the design of office buildings. It cost me a lot of effort and sleepless nights, but I think it was worth it, because we created a quality building and contributed to the positive development of the urban environment.

**Ivelina Simeonova,
Marketing and leasing manager:**

The office space market has slowed somewhat, but NV Tower has enjoyed steady interest since the start of the project. With attention to the smallest detail woven into the overall design, the NV Tower offers a non-standard vision for the work environment. The business is attracted by the concept of multifunctionality and that is why over 90% of the office space was leased so quickly. Of course, a lot of work and motivation to solve the challenges lies behind this kind of success. 📍

Сила за ШАМПИОНИ

ВИНАГИ ТРЯБВА ДА ПОДДЪРЖАМЕ ВИСОК ДУХ. ПОНЯКОГА ТРЯБВА ОЩЕ МАЛКО, ЗА ДА УСПЕЕМ

**Човек, който никога не е
грешил, никога не е опитвал
нещо ново.**

Алберт Айнщайн, физик,
философ и писател

**По-голямата опасност за
повечето от нас се крие не
в това да поставим целта
си твърде високо и да не я
достигнем, а в това да я
поставим твърде ниско и
да я осъществим.**

Микеланжело, италиански
ренесансов скулптор, художник,
поет и архитект

**Бъдете търпеливи към
себе си. Саморазвитието е
свещена земя. Няма по-голяма
инвестиция.**

Стивън Кови, американски педагог,
писател, бизнесмен и лектор

**Тайната на напредъка е в
това да започнете.**

Сали Бергер, учен от Нюйоркския
университет

**Ако план А не работи,
азбуката има още много
букви.**

Клер Кук, американска писателка,
автор на бестселъри

**Постижението изглежда
е свързано с действие.
Успешните мъже и жени
продължават да се движат.
Те правят грешки, но не се
отказват.**

Конрад Хилтън, основател на
Hilton Hotels

**Провалът е просто място за
почивка. Това е възможност
да започнем отново по-
интелигентно.**

Хенри Форд, американски инженер
и предприемач, основател на
автомобилната корпорация
„Форд“.

**Не става въпрос за пари или
връзки. А за готовността
да надминете и надминете
всички, когато се отнася за
вашия бизнес.**

Марк Кубан, американски
предприемач, милиардер,
инвеститор

**Най-ефективният начин
да го направите е като го
направите.**

Амелия Еърхарт, американска
авиаторка, първата жена,
прелетяла над Атлантическия
океан

**Каква полза от идеята, ако
тя си остава идея? Опитай.
Експериментирай. Отново и
отново. Провали се. Опитай
нак. Промени света.**

Саймън Синек,
британско-американски автор
и вдъхновяващ лектор

**Изправям се на бюрото си,
за да си напомня, че трябва
постоянно да гледаме на
нещата по различен начин.**

Робин Уилямс,
американски актьор

**Мразех всяка минута
тренировка, но казах: „Не
се отказвай. Страдай сега
и изживей остатъка от
живота си като шампион“.**

Мохамед Али, американски боксьор,
предприемач

**Ако минаваш през ага,
продължавай.**

Уинстън Чърчил, британски
държавник

**Не се компрометирайте. Вие
сте всичко, което имате.**

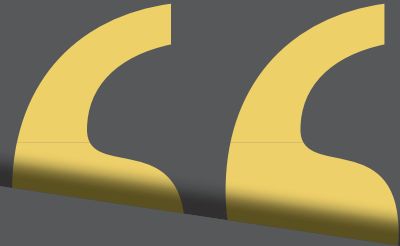
Джанис Джоплин, американска
певица и автор на песни

**Не се плашете от това, което не знаете. Това може
да е най-голямата ви сила и гаранция, че правите
нещата по различен начин от всички останали.**

Сара Блейкли, бизнес дама и предприемач от САЩ

Don't be intimidated by what you don't know. That can be your greatest strength and ensure that you do things differently from everyone else.

Sara Blakely, an American businesswoman and entrepreneur



A person who never made a mistake never tried anything new.

Albert Einstein, physicist,

The greater danger for most of us lies not in setting our aim too high and falling short, but in setting our aim too low and achieving our mark.

Michelangelo, Italian sculptor, painter, architect and poet of the High Renaissance

Be patient with yourself. Self-growth is holy ground. There's no greater investment.

Stephen Covey, an American educator, author, businessman, and keynote speaker

The secret of getting ahead is getting started.

Sally Berger, Research Fellow from New York University

If Plan A doesn't work, the alphabet has 25 more letters.

Claire Cook, American writer and public speaker

Achievement seems to be connected with action. Successful men and women keep moving. They make mistakes but they don't quit.

Conrad Hilton, founder of Hilton Hotels

Failure is just a resting place. It is an opportunity to begin again more intelligently.

Henry Ford, American industrialist, business magnate and founder of the Ford Motor Company

It's not about money or connections. It's the willingness to outwork and outlearn everyone when it comes to your business.

Mark Cuban, American billionaire entrepreneur and investor,

The most effective way to do it, is to do it.

Amelia Earhart, American aviation pioneer

Don't compromise yourself. You are all you've got.

Janis Joplin, American singer-songwriter

What good is an idea if it remains an idea? Try. Experiment. Iterate. Fail. Try again. Change the world.

Simon Sinek, British-American author and inspirational speaker

I stand up on my desk to remind myself that we must constantly look at things in a different way.

Robin Williams, American actor

I hated every minute of training, but I said, 'Don't quit. Suffer now and live the rest of your life as a champion.'

Muhammad Ali, American boxer, entertainer

If you're going through hell, keep going.

Winston Churchill, British statesman

There is only one success: to be able to spend your life in your own way.

Christopher Morley, American journalist, novelist, essayist

Strength for CHAMPIONS

WE MUST ALWAYS MAINTAIN A HIGH SPIRIT. SOMETIMES WE NEED A LITTLE MORE TO SUCCEED

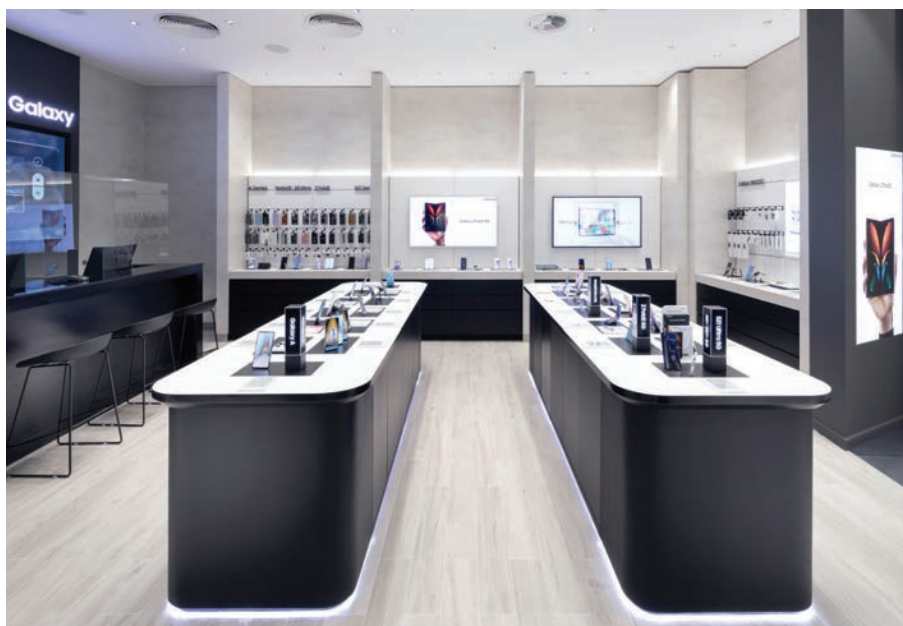


Емоцията

SAMSUNG



• ТЕХНОЛОГИИ •



ТЕХНОЛОГИЧНИЯТ ЛИДЕР ОТКРИ ВТОРИ ОФИЦИАЛЕН МАГАЗИН В БЪЛГАРИЯ

Samsung направи иновациите още достъпни за българските си потребители с откриването на втория си официален магазин в страната. Samsung Experience Store вече посреща клиенти и в Paradise Center, след значимите успехи, постигнати от първия официален магазин в столичния търговски център The Mall.

За откриването на втория обект на световната марка в София дойдоха представители на международния мениджър на компанията. Президентът на Samsung за Румъния и България Хун Сеул беше придружен от делегация високопоставени служители. Специални гости на събитието бяха и представителите на Корейското посолство в София и Корейската корпорация за насърчване на търговията (КОТРА).

Лентата прерязаха Хун Сеул и Ви-

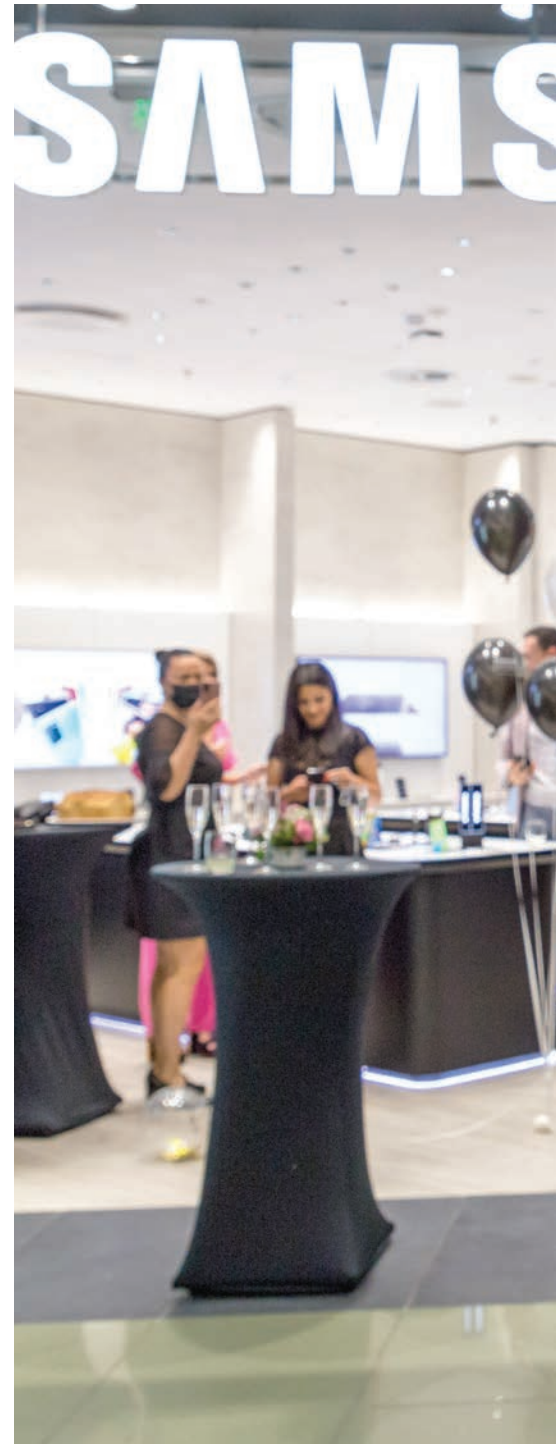
олета Сечкова, мениджър на фирма „Синопоинт“ ЕООД - официален ритейлър на корейската компания в България. Чуждестранните гости бяха посрещнати с традиционна българска питка с мед и сол и с изпълнения на автентичен фолклор.

Във времена, когато технологиите стават все по-интелигентни, възможностите, които потребителите имат, са необятни. Телефоните вече правят повече, отколкото някои настолни компютри, а „умните“ часовници и аксесоари улесняват всеки аспект от ежедневието. Пазарът предлага изобилие от опции, които отговарят на вкуса и нуждите на всеки човек, но това прави избора на правилното устройство все по-сложен.

Samsung Experience Store е мястото, където изборът на най-подходящия продукт става лесно и приятно. Магазинът залага на изключително компетентни консултанти, които „превеждат“ и най-високите технологии на достъпен език. С тяхната професионална помощ всеки може да намери най-доброто за себе си.

Samsung Experience Store като официален магазин предлага цялата гама от смартфони, планшети, както и голямо разнообразие от аксесоари и различни смарт устройства на марката Samsung. Клиентите имат възможност на място да разгледат и тестват продуктите, да научат повече за най-новите технологии на Samsung, както и да получат професионално съдействие и консултация от екипа експерти на марката. За да преживеят неповторимата емоция, наречена Samsung. 📱





The SAMSUNG Emotion



THE TECHNOLOGY LEADER
OPENED A SECOND OFFICIAL
STORE IN BULGARIA

Samsung has made the innovations even more accessible for its Bulgarian consumers with the opening of its second official store in the country. Samsung Experience Store is already welcoming customers in Paradise Center, too, after the significant successes achieved by the first official store in the capital's shopping center The Mall.

Representatives of the company's



international management came to Sofia for the opening of the second site of the world brand. Samsung President for Romania and Bulgaria Hun Seoul was accompanied by a delegation of high-ranking officials. Special guests of the event were also representatives of the Korean Embassy in Sofia and the Korea Trade-Investment Promotion Agency (KOTRA).

The ribbon was cut by Hun Seoul and Violeta Sechkova, Manager of Sinnopoint EOOD, the official retailer of the Korean company in Bulgaria. The foreign guests were greeted with a traditional Bulgarian bread with honey and salt and performances of authentic

folklore.

In times when technology becomes more intelligent, the possibilities that consumers have are immense. Phones are already more advanced than some desktops, and smart watches and accessories are making our everyday life ever more convenient. The market offers an abundance of options that meet the needs and preferences of every person, but this makes the choice of the right device more complex.

Samsung Experience Store is the place where choosing the right product becomes easy and pleasant. The store relies on extremely competent consultants who “translate” the

highest technologies into an accessible language. With their professional assistance, everyone can find the best for themselves.

As an official store, Samsung Experience Store offers the full range of smartphones, tablets, as well as a wide variety of accessories and various smart devices from the Samsung brand. Customers have the opportunity to see and test the products on site, learn more about Samsung’s latest technologies, as well as receive professional assistance and advice from the brand’s team of experts. And it is all for you to experience the unique emotion called Samsung. 📱

Нови заглавия от **Сиела**

New titles by Cielá

„Мисия Туран“

от *Алек Попов*

20 години след култовата сатира „Мисия Лондон“, спечелила сърцата на читатели, критици и зрители, Алек Попов се завръща с нова мисия, която ще ви пренесе в един различен, но вълнуващ свят в центъра на Азия. „Мисия Туран“ е пъстра мозайка от патриотични страсти, политически интриги, балкански и далеккоизточни нрави, в която най-абсурдни ситуации плашещо напомнят за реални събития и герои.



“Mission Turan”

by *Alek Popov*

20 years after the epic satire “Mission London”, which won the hearts of readers, critics and viewers, Alek Popov returns with a new mission that will take you to a different but exciting world in central Asia. “Mission Turan” is a colorful mosaic of patriotic passions, political intrigues, Balkan and Far Eastern customs, in which the most absurd situations are frighteningly reminiscent of real events and characters.

„Пътешествието“

от *Ричард Пол Еванс*

Алън Кристофърсън е щастлив човек. Има прекрасен дом, успешна кариера и е женен за любовта на живота си. Един ден всичко това изчезва и Алън осъзнава колко крехко може да бъде щастието. „Пътешествието“ е красива и много човешка история за забуда, любов, надежда и спасение, която ще докосне сърцето ви.



“The Journey”

by *Richard Paul Evans*

Alan Christopherson is a happy man. He has a wonderful home, a successful career and he is married to the love of his life. One day, all this disappears and Alan realizes how fragile happiness can be. “The Journey” is a beautiful and very human story of loss, love, hope and salvation that will touch your heart.

„Изкуството да не правиш нищо“

от *Софи Минчили*

„Изкуството да не правиш нищо“ от италианската авторка от американски произход Софи Минчили въвежда в принципите на Dolce Far Niente. Разделен на три глави – Храна, Семейство и приятели и Свободно време – наръчникът ни показва как да забавим темпото за един по-пълноценен, по-дълъг и по-щастлив живот.



“The Art of Doing Nothing”

by *Sophie Mincili*

“The Art of Doing Nothing” by Italian-American author Sophie Mincili introduces the principles of Dolce Far Niente. Divided into three chapters - Food, Family and Friends and Leisure - the guide shows us how to slow down, in order to have a fuller, longer and happier life.

„Атлас на застрашените видове“

от *Радек Мали*

Светът, в който живеем, се променя бързо. Само за век населението на планетата е скочило почти четири пъти. Животът ни никога не е бил толкова удобен и бърз, но цената на прогреса не се плаща само от хората, а и от природата. Чешкият писател Радек Мали ни напомня това. В книгата ще се запознаете с 41 животински вида, чиято дива популация е намаляла до толкова, че има опасност скоро да изчезнат. Сега оцеляването им зависи



“The Atlas of Endangered Species”

by *Radek Maly*

The world we live in is changing fast. In just one century, the world's population has increased almost four times. Our lives have never been so comfortable and fast, but the price of progress is paid not only by people but also by nature. The Czech writer Radek Maly reminds us of this. In the book you will get acquainted with 41 animal species, whose wild population has decreased to such an extent that they are in danger of extinction. Now their survival depends entirely on humans. 📖



НЕОПЕРАТИВНА КОРЕКЦИЯ НА НОС с мезоконци

ПОВДИГАНЕ
НА КРАЙЧЕТО

ИЗПРАВЯНЕ
НА НЕРАВНОСТИ

ПРЕМАХВАНЕ
НА ГЪРБИЦА

Процедурата не носи дискомфорта и дългото възстановяване, които са типични при пластичната хирургия, а много деликатно и бързо води до желаната промяна. Цената е достъпна за широк кръг хора. В България засега САМО в Хил клиник извършваме корекция по методите на тредлифтинга.

За подробности позвънете на 02 439 3131

БЕРАТ

Прозорците на албанската душевност



✦ Цветозар Йолов

Когато пристигнах в Берат, малък исторически град, сгушен в албанската планинска вътрешност, не съм се и замислял за родния си Ловеч. Когато си тръгнах два дни по-късно, се чудех дали двата града са изгубени братя, които по някакъв начин са били разделени при раждането си.

Трябва да призная, че въпреки че обичам родния си град, Берат е даже по-очарователен-истинско архитектурно бижу за тези, които решат да се отбият до там. Обаче, не е най-лесната дестинация за достигане. Особено идвайки от известния морски курорт Саранда в дълбокия юг на страната, това си е направо малко приключение, което включва дълго пътуване с много завои в претъпкан микробус, но и доста гледки. В един момент просто ви се казва да слезете и да се качите на друг микробус, който чака край пътя. Предполагам, че шофьорите си имат договорки, но мога

да твърдя, че фините детайли на албанската пътническа транспортна система си останала известна мистерия за мен.

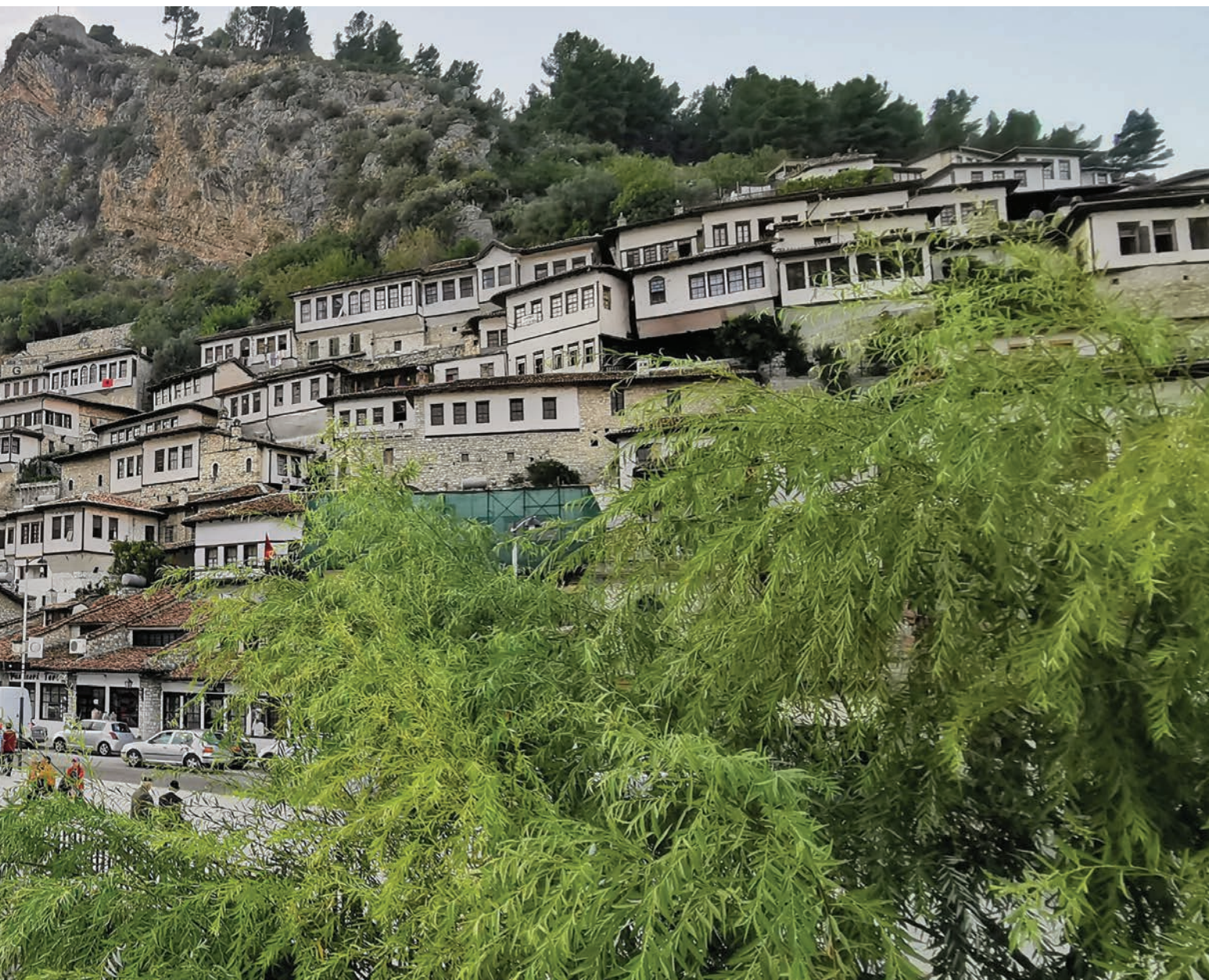
Но нека се върнем към сравнението с Ловеч. Ако българският град се гордее с река Осъм, то Берат също си има своя криволичещ Осум като отговор. Когато прочетох името на реката на туристическата карта, се почувствах сякаш съм у дома си. И тогава изведнъж очите ми се отвориха. Например тези къщи в османски (понашему възрожденски) стил – ами те са като тези в стария квартал Вароша на Ловеч. Разликата тук е, че са построени стъпаловидно от двете страни на реката, създавайки слоеве и слоеве от бели фасади с прозорци – като колани с очи, които опасват хълма.

Всъщност ефектът на тези слоеве е спечелил на Берат и прозвището – „Градът с хиляди прозорци“. Ще оставя на вас да преброите дали наистина са толкова много. Най-добрият начин да се насладите на тази прекрасна

гледка е да преминете стария каменен мост до Горица – по-малкия от двата стари квартала покрай реката. След като прекосите и се обърнете, това, което ще видите, е Мангалем – по-големия и по-впечатляващ квартал. Ако вдигнете поглед още нагоре, ще видите стени на средновековна крепост, увенчавана цялата аранжировка. Един вид – черешката на тортата.

Трудно е да се пренебрегне тази смесица от създадена архитектурна и природна красота. Толкова трудно, че дори ЮНЕСКО са обявили Берат за един от обектите на световното културно наследство през 2008 г.

Лесно можете да се изгубите по тесните криволичещи улички и да посетите музеи и църкви, но най-добрата атракция в Мангалем всъщност е малко скрита. Аз попаднах на нея, когато търсех място за вечеря с приятелката си. Въпросният ресторант всъщност не е нищо повече от 4 маси, поставени във вътрешния двор на една от тези стари къщи и



гори докато пиша това, чувствам нежелание да го нарека ресторант. Преживяването там най-добре би било описано като да сте поканени в дома на стар приятел албанец, който никога не сте подозирали, че сте имали.

Илия, собственик, домакин и сервитьор едновременно, ви посреща с чашка ракия на портата, пита за името ви и оттам натък ви кара да се чувствате, сякаш сте центърът на неговия свят. Ако имате късмета да седнете на някоя от четирите налични маси, той ще ви разкаже истории за къщата и семейството му, докато ви показва какво можете да поръчате от няколкото местни ястия, които съпругата и синът му са заети да приготвят в кухнята, скрита някъде в къщата.

Дори почувствах мъничко ревност, когато той показваше същото внимание и на останалите туристи, избрала да похапнат там. Илия ще ви разказва, но и ще се поинтересува от вашата история, и то на забавен

английски или доста добър италиански. Понези са езиците, които чух да говори. Няма да ви казвам името на ресторанта - нека това бъде малко търсене на съкровище за вас, ако някога идете в Берат. Но намерите ли го - ще си струва. Гарантирано!

След като се изкачите и до средновековните стени на Берат (предупреждение - стръмно е, ако се ходи пеша) и преминете под внушителната порта, ще бъдете приятно изненадани. Ще откриете, че там ви очаква всъщност още един старинен квартал. Да, и Ловеч има своята средновековна крепост Хи-саря, горд паметник на славни времена, но в наши дни, тя е само празен спомен от тях. Тук обаче е различно. В наше време тукашната крепост е най-високият жилищен квартал на Берат, известен като Калая - от турската дума „кале“.

Усмивнах се на себе си, мислейки, че не е честно как Берат има не една старинна махала, а цели три - това място не престава да

изненадва. Горе можете да разгледате улиците, стените, гледките и църквите във византийски стил, най-впечатляващата сред които е превърната в Музея на иконите Онуфри (по името на известен художник от XVI век). В Калая имахме и още една среща с албанското гостоприемство, след като приветлива баба ни покани в двора си на кафе. Отначало се стреснахме, когато тя заключи портата, след като влязохме, но бързо се оказа, че просто искаше да ни впечатли и да си купим от домашните ѝ конфитюри.

Когато се прибрах у дома, ми беше лобопитно да видя кои са градовете побратими на Ловеч и - ето на - от 2009 г. Берат е в този списък. Побратимяването на градовете е приятна модерна културна политика, което често има само символическа стойност, но в този случай почувствах истинско задоволство, че двамата отдавна разделени братя най-накрая са се събрали отново. ☺

BERAT

The many windows of the Albanian soul

✦ Tzvetozar Iolov

When I arrived in Berat, a small historic town huddled in the Albanian mountainous hinterland, it didn't make me think of my native Lovech. By the time I left, two days later, I was wondering if the two towns were lost brothers who had somehow been separated at birth.

In all fairness, I must admit that even though I love my native town, Berat is even more charming - a well-deserved architectural gem for those who make it there. Granted, it is not the easiest destination to get to. Especially, coming from the famous Sarande sea resort in the deep south of the country, it is quite an adventure that involves a long trip in a cramped van and plenty of road twists and turns. At one point, you are simply told to get off and get onto another van waiting on the side of a road. I guess the drivers had their arrangement and we weren't about to get into the fine details of the Albanian passenger transit system.

But let us get back to the Lovech comparison. If the Bulgarian town is proud of its river Osam,

Berat has its meandering Osum as an answer. When I read that on the tourist map I suddenly felt a bit like being in a home away from home. And then my eyes opened. Look at these Ottoman style houses - they are kind of like the ones in the old Varosha quarter of Lovech. The difference here is that they climb up on both sides of the river creating layers and layers of ornate windowed facades in a delightful arrangement.

In fact, the effect of these layers has earned Berat a special nickname - 'The town with a thousand windows'. I will leave it up to you to count if there are indeed that many. The best way to enjoy this marvelous view is to cross the ancient stone bridge to Gorica, the smaller of the two old quarters along the river. Once you cross the bridge and turn around what you will see is Mangalem, the larger and more impressive part. If you raise your eyes even higher then you will see the walls of a medieval fortress crowning the whole arrangement.

That mixture of manmade and natural beauty is hard to ignore, and it is dashing enough for UNESCO to have declared Berat one of Albania's



World Heritage Sites in 2008.

You can lose yourself in the narrow winding streets and visit museums and churches, but the best attraction in Mangalem is actually kind of hidden. I stumbled upon it when searching for a place to have dinner with my girlfriend. The restaurant in question is basically nothing more than 4 tables placed inside the inner courtyard of one of these old houses and even as I write this I feel reluctant to call it a restaurant. The experience of dining there is best described like being invited into the home of an old Albanian friend that you never knew you had.

Ilia, the owner, host and waiter, is basically a ball of warm and energy who welcomes you with a glass of brandy, asks for your name and from then





on makes you the centre of his world. If you are lucky enough to get seated at one of the available tables, he will regale you with stories about the house and his family while showing you what you can order from the few local dishes on offer that his wife and son are preparing in the kitchen, hidden somewhere in the house. I even felt a tiny bit jealous when he would give the same attention to the other tourist diners, striking up joyful conversations with them in Italian or English. I will not tell you the name of the restaurant - let this be a little treasure hunt for you if you make it to Berat and just hope that you can get a table, because you will be in for a treat. Guaranteed!

Once you get up to Berat's medieval walls (warning - it's a steep climb if done on foot)

and pass under the imposing gate, you will be pleasantly surprised. You will find out that there is yet another historical living and breathing quarter awaiting you there. Yes, Lovech also has its Hisarya medieval fortress, a proud monument to glorious times, but these days, it is just an empty shell. Not the case with this fortification. In our times, the walled-in town is Berat's highest residential district, known as Kalaja - coming from the Turkish word for fortification: 'kale'.

I smiled to myself thinking that it is not fair how Berat gets not one old quarter but three separate ones - this place does not cease to amaze me. Up there you can explore the streets, walls, views and Byzantine-style churches, the most

impressive among which has been converted into the Onufri Museum of Icons. In Kalaja, we had another run-in with Albanian hospitality after a friendly grandma invited us into her courtyard for coffee. We were startled at first when she locked the gate once we entered but it quickly turned out that she was just trying to lure us into buying one of her homemade fruit jams.

When I got back home, I was curious to see which Lovech's twin towns were and - lo and behold - since 2009, Berat has been on that list. Town twinning is a nice modern cultural policy that is often just high on symbolic value and little else, but in this case, I was delighted to find out that two long-separated brothers have been brought back together. 🇧🇪





ИКОНОМИКА

www.economymagazine.bg

ИКОНОМИКА



ПРОФ. НИКОЛАЙ ВЪЛКАНОВ:
В такт с времето
и технологиите
PROF. NIKOLAY VULKANOV: IN STEP
WITH THE TIMES AND TECHNOLOGIES

ИКОНОМИКА



www.economymagazine.bg

ИКОНОМИКА



Брой 77
**ТЕХНОЛОГИИ
ЗА ДРУГА
РЕАЛНОСТ**
ВИСОК СКОК
КЪМ ЕВРОТО
ПАТЕНТИТЕ
ПАК СА
НА МОДА

www.economymagazine.bg

септември 2017 г. / цена 5 лв.

ИКОНОМИКА

www.economymagazine.bg

Брой 37 / май 2014 г. / цена 5 лв.



ПРЕМОЩНА
ЕСТЕТИКА

ИКОНОМИКА

30

ГОДИНИ



ИКОНОМИКА

www.economymagazine.bg

Брой 48 / септември 2015 г. / цена 5 лв.

БИЗНЕС
С МИСИЯ

БУДИТЕЛЯТ
ОТ КАЗАНЪК

КОЛЕЛОТО НА
ТЕХНОЛОГИИТЕ

ПРИЛОЖЕНИЕ
ИМОТИ

Im before



ИКОНОМИКА

СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ

ГЛОБАЛ
ПРЕНАР

www.economymagazine.bg

ИКОНОМИКА



УСПЕШНИТЕ
КОМПАНИИ

THE SUCCESSFUL
COMPANIES

ВИЗИОНЕРИТЕ
VISIONARIES



The
MAYOR
.eu

A nighttime cityscape with illuminated buildings and light trails from traffic. A network of yellow stars connected by lines is overlaid on the right side of the image. The text 'The European Portal for Cities and Citizens' is centered in white.

The European Portal for Cities and Citizens

THE MAYOR.EU.....	2-3	КМЕТА.BG	50
ПОЩЕНСКА БАНКА / POSTBANK.....	11; 64	БМФ ПОРТ БУРГАС BMF PORT BURGAS	51
ГРАДУС / GRADUS.....	13	ЛЕСАФР БЪЛГАРИЯ LESAFFRE BULGARIA	52
A1	14	МАЙКРОСОФТ БЪЛГАРИЯ MICROSOFT BULGARIA	54
bERS.....	18	МАСТЕРКАРД	58
БЪЛГАРСКА АГЕНЦИЯ ЗА ИНВЕСТИЦИИ (БАИ) INVESTBULGARIA AGENCY (IBA)	20	МБАЛ „ХИГИЯ“ / MBAL “HYGIA”	60
VIVACOM.....	24	РАЙКОМЕРС КОНСТРУКШЪН RAICOMMERCE CONSTRUCTION JSC	66
ГЕОТЕХМИН / GEOTECHMIN.....	30	СИМЕНС / SIEMENS	68
GOODMILLS	31	ТАКЕДА / TAKEDA	70
ЕКО ГЛОУБ / ECO GLOBE	32	TAL ENGINEERING	72
ДЖЕНЕРАЛИ / GENERALI.....	36	УНИКРЕДИТ БУЛБАНК UNICREDIT BULBANK	74
ECONOMIC.BG.....	38	ФИЛИП МОРИС БЪЛГАРИЯ PHILIP MORRIS BULGARIA	78
TELENOR.....	39	HUAWEI TECHNOLOGIES BULGARIA.....	80
ZORNITZA FAMILY ESTATE RELAIS & CHATEAUX	40	ХЮВЕФАРМА / HUVEPHARMA	82
ИЗПЪЛНИТЕЛНА АГЕНЦИЯ ЗА НАСЪРЧАВАНЕ НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ (ИАИМСП) THE BULGARIAN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES PROMOTION AGENCY (BSMEPA).....	42	ЧЕЗ БЪЛГАРИЯ / CEZ BULGARIA.....	86
KAUFLAND БЪЛГАРИЯ KAUFLAND BULGARIA.....	46		

Успешните компании /София / Четвърто издание
Издател: **Медия Икономика България ООД**
Изпълнителен директор: **Боян Томов**
Редакционен екип: **Невена Мирчева, Татяна Явашева**
Дизайн: **Едуард Лилов**
Маркетинг и реклама: **Виктория Илкова ilkova@economic.bg**
Печат: **СПЕКТАР АД**

Материалите са предоставени на издателите от компаниите съобразно техните виждания за публичност и изграждане на корпоративен имидж.

The Successful Companies / Sofia / Fourth edition
Publisher: **Media Economy Bulgaria Ltd.**
CEO: **Boyan Tomov**
Editors: **Nevena Mircheva, Tatyana Yavasheva**
Design: **Eduard Lilov**
Marketing and advertising: **Victoria Ilkova ilkova@economic.bg**
Printing: **Spektar AD**

The materials in this book have been provided to the publisher by the companies according to their views on corporate image.

УСПЕШНИТЕ КОМПАНИИ

ВИЗИОНЕРИТЕ

THE SUCCESSFUL COMPANIES VISIONARIES

Понякога имаш нужда от малка криза, която да вдигне адреналина ти и така да помогне да осъзнаеш потенциала си... Пандемията с причинител Covid-19 обаче се оказва нещо значително повече от „малка криза“. Тя постави на изпитание целия икономически и обществен живот на държавите по цял свят. Особено в началото трябваше да се взимат мигновени решения в името на оцеляването. Тази криза продължава да тресе света и все още е твърде рано да се каже кога ще може за нея да говорим в минало време. Хората, лидерите, бизнесът, компаниите не спират да търсят и да намират решения, за да продължат да работят и да съществуват.

Специалното издание „Визионерите“ е част от поредицата „Успешните компании“, която сп. „Икономика“ превърна в добра традиция от 2017 г. насам. Сега фокусът е върху това как бизнес лидерите и екипите на компаниите се справят лице в лице с неизвестността, която тази непозната по естеството и мащабите си криза крие. Менеджърите поеха отговорност и демонстрираха компетентност, трезва преценка и чисто човешка загриженост. Това издание е част от опитите да разкажем за всичко онова, което Covid-19 причинява, но и да обобщим ценния опит, който в крайна сметка ни прави по-силни.

Точно тази криза разкри непознати досега опасности. Но нека не приемаме като клише, че тя даде и огромни възможности да отключим потенциал, за който дори не сме подозирали. Който много силно иска да се изкачи нагоре, той ще измисли и стълба, гласи японска поговорка. Визионери ще ни преведат през трудностите, зад които ще се разкрият новите хоризонти.

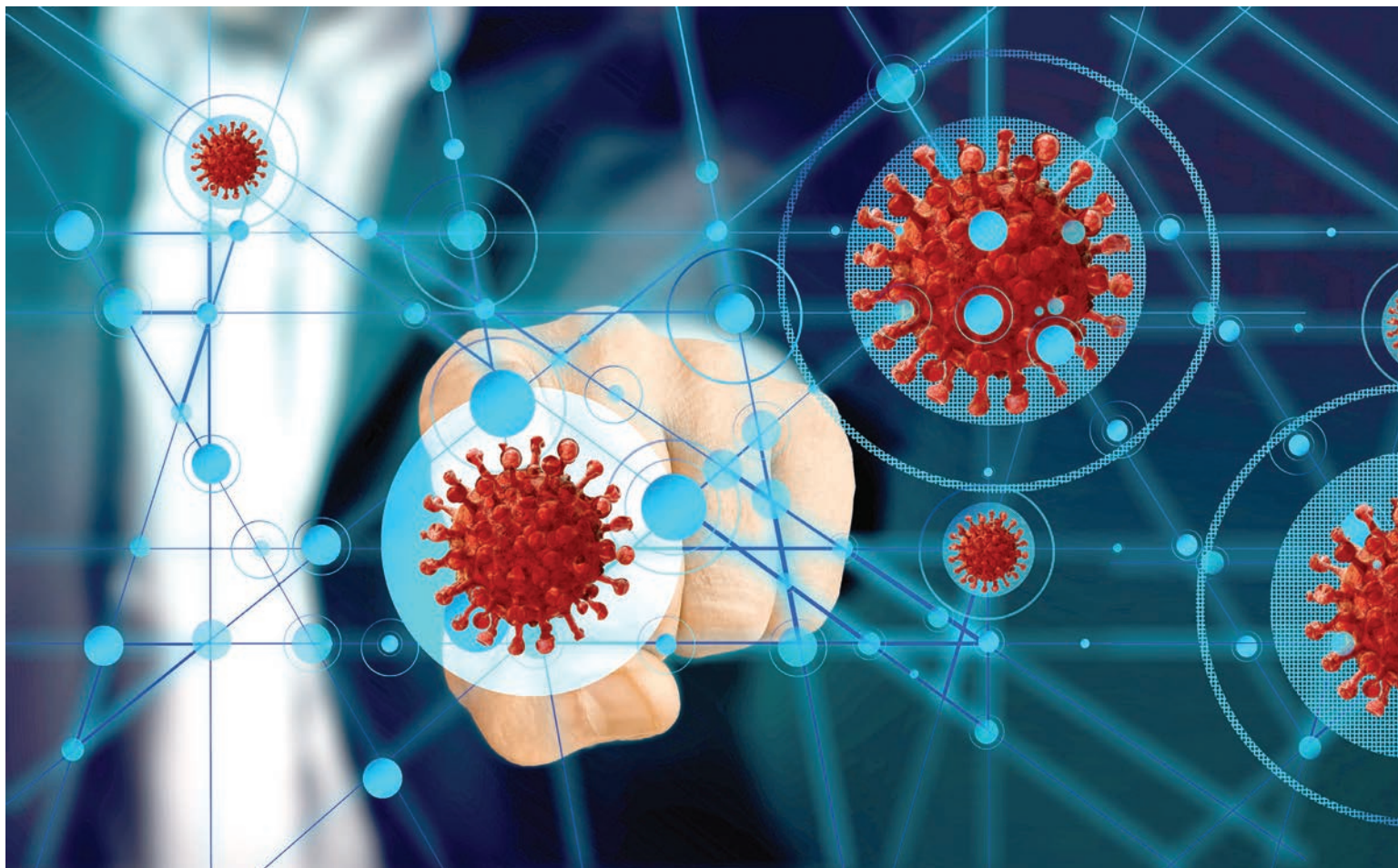


Sometimes you need to go through a small crisis, in order to raise your adrenaline and help you realize your potential... However, the COVID-19 pandemic turned out to be something much more significant than a “small crisis”. It has put to the test the entire economic and social life of countries around the world. Especially in the beginning, immediate decisions had to be made in the name of survival. This crisis continues to shake up the world, and it is still too early to say when we will be able to talk about it in the past tense. People, leaders,

businesses and companies do not stop looking for and finding solutions to continue to operate and exist.

The “Visionaries” special edition is part of the “Successful Companies” series, which has been turned into a good tradition by Economy magazine since 2017. The focus now is on how business leaders and company teams deal with the uncertainty that this crisis, unprecedented in its nature and scale, is hiding. Managers have taken responsibility and demonstrated competence, astute judgment and purely human concern. This edition is part of the attempts to talk about everything that Covid-19 is causing, but also to summarize the valuable experience that ultimately makes us stronger.

It was namely this crisis that revealed some dangers we have never faced before. But let's not take as a clichè the fact that it also gave us huge opportunities to unlock potential we didn't even know existed. One who really wants to climb up will also come up with a ladder, says a Japanese proverb. Visionaries will guide us through the difficulties behind which new horizons will open up.



Голямата промяна вече е в хог

Пандемията се оказва най-силният фактор в бързата промяна. Тя засегна държави, индустрии, компании, хора, предизвика пренареждане в целия свят. Продължава да се търси върната формула за баланс между здраве и икономика. Covid-19 подейства като катализатор да се предприемат стъпки, отлагани с години. Именно сега се прибегна до ускореното въвеждане на цифрови услуги и платформи в много от браншовете, за да се нагоят към новите реалности и променящите се навици на потребителите. Така всички по-уверено ще вървят към Индустрия 4.0, макар и пътят да минава през рецесия. След голяма икономическа криза, която поражда резки промени в обществените настроения, обикновено настъпва голяма промяна и в икономическия модел на развитие. А след тази криза, която не е просто поредната криза, светът ще е друг.

Безработицата



През 2020-а за кратко имаше рязък спад на всички индикатори, без безра-

ботицата, където бързите мерки на държавата в Европа и у нас успяха да възпрат нейния сериозен ръст, посочва Лъчезар Богданов, главен икономист на Института за пазарна икономика. Пандемията обаче оставя силно отражение върху пазара на труда и всеки локдаун първоначално води до силно нарастване на безработните. Данните на Агенцията по заетостта сочат, че в периода 3 февруари 2020 – 10 януари 2021 г. новорегистрираните безработни са 396 698 души, а от тях на работа са постъпили 240 470. Тенденцията на спад в безработицата се обърна при втория (частичен) локдаун през декември, макар ударът върху работните места да е по-лек. Пазарът на труда в България не е отворен към най-младите, тъй като бизнесът предпочита хора с опит.

Индустрията



„Наг 20 до 40% беше спадът на индустрията в Европа до май 2020, след това

започна възстановяване. Втората вълна на „затваряне“ не се отразява толкова тежко, тъй като индустрията се вижда, че работи. Най-бързо е възстановяването в Азия, не само в Китай, сочат икономическите данни. Там сякаш не е имало криза“, отбелязва Богданов. Локомотивът на Европа - германската индустрия, обаче има мрачни очаквания за близкото бъдеще. Най-тежки последици вероятно ще има за потребителски ориентирани производства. През декември автомобилната индустрия беше блокирана, докато фармацията бележи скок. У нас: Производството се сви с 5% на годишна база през ноември 2020 и с 1.5% спрямо месец по-рано. По-значителен спад се наблюдава в добивната промишленост (18.1% спад на годишна и 9.2% на месечна база) заради намален обем на добива на въглища и метални руди, както и при производството на електрическа енергия (6.6% спад на годишна и 0.8% на месечна база). Но пък Dundee Precious Metals има рекорден златодобив, който от гвете и мичи „Челопеч“ и „Ага тепе“ е нараснал с около 30% спрямо 2019 г. Из-

ЛЪЧЕЗАР БОГДАНОВ, главен икономист
на Института за пазарна икономика:

Разтърсващите ситуации изискват стратегически решения

Всички индустрии и всеки бизнес е в някаква степен засегнат от пандемията. Когато цялата икономика се срине, това се отразява на всеки. Но гледайки напред, **мислим за възстановяването**. В Европа публичният сектор ще има голяма роля и е важно как правителствата ще насочват инвестициите - дигитализация, саниране, декарбонизация, Зелена сделка ще са фактор при тези вложения. Корпоративният свят ще преосмисли цялостната си организация. **Оптимизацията на разходите** ще се прецизира и чрез много от дейностите, които може да стават онлайн. Вероятно ще има спестяване по линия на перото „Срещи и конференции в чужбина“. Това ще означава загуба за хотели, конферентен бизнес и т. н. по веригата. Но може само да гадгаем какво точно ще е човешкото поведение.

Това, че може да правиш нещо и да го изпращаш онлайн, или да правиш виртуални срещи - помага в кризата, но не решава съдбата на

бизнеса. Този, който разработва цифрови технологии, трябва да ги продаде на някого. Интересният въпрос е какво става с компании като Airbnb и „Букинг“, когато хората ограничат пътуванията си. Това, че си дигитален, не решава проблема. Когато самолетните полети рязко намалели, пред фалит се оказват и онези, които продават самолетни билети онлайн. **Съпътстващите онлайн услуги неизбежно страгат, ако основната услуга се свие или изчезне**.

Всеки такъв шок като пандемията стресира системите, но хората се замислят кое как правят и дали има смисъл. Такива разтърсващи ситуации катализират процес на стратегическо решение за бъдещето на дейността. Имаме прогрес и развитие, но определени групи, които са пострадали, са **зубещи**. За тях не е лесно да се пренастроят към новата реалност. Това е **високата цена**, която тепърва ще се плаща.

носът обаче страда – данните на НСИ сочат годишно потъване на общия експорт с 10.8% през октомври м. г. и със 7.6% за първите десет месеца на 2020-а. Интересен факт е, че износът на велосипеди от България, в това число електрически, е с 60% нагоре за деветмесечието на 2020-а.

Инвестиции



„Голяма част от бизнесите и домакинствата се адаптираха към „живот в пандемия“. Хората може и да пазаруват, но се правят доста по-малко инвестиции. Инвестициите са в ступор заради несигурността в бъдещето и това е сериозен проблем. Възстановяването им ще зависи и от това доколко пазарът ще повярва във ваксините. При криза от такъв мащаб се минава към спасяване, което влияе сериозно на растежа. Данни какви са били инвестициите по сектори ще видим през декември 2021“, коментира Лъчезар Богданов.

Телекомите



В тази пандемия удари часът на телекомите. „Затварянето“ постави на

изпитание капацитета на мрежите, но операторите се оказаха бързи, гъвкави и реактивни, което се отрази сериозно и на приходите им. Наблюдава се и ръст на наетите от тях хора, макар да бяха започнали да автоматизират процесите и да намаляват персонала. Всички те разширяват спектъра от услуги, като работят и върху подобряването на качеството. VIVACOM дори е на 5-о място в света по ръст на приходи от сателитни услуги за бизнес клиенти в класацията на Световната телепорт асоциация. Потребителите не само започнаха да работят дистанционно, заменяхи живия контакт с конферентни видео разговори, но и увеличиха времето за използване на видео стрийминг и игри. Доиде времето и на 5G, като изграждането на инфраструктурата ще е приоритет за операторите през 2021 г.

Авиацията



Преди коронавируса десетилетният бум на авиацията създаде мрежа от близо 50 хил. въздушни маршрута, които пресичаха света. За по-малко от година пандемията е „изтрила“ от картата близо една трета от тях, изчисли Bloomberg. Коронакризата на практика я приземи и тя се оказва от

най-силно засегнатите индустрии. Но Китай отново остава ненадминат - вътрешният пътнически трафик се възобнови до нивото от 2019 г. заради ефективния контрол над заразата и огромния пазар. „През ноември 2020 г. спадът на полетите в Европа е 86% в сравнение с година по-рано. Засили се пътуването с автомобил, макар да няма доказателство, че самолетът е най-опасният от медицинска гледна точка транспорт. Освен всичко бяха наложени и ограничения в трансграничните пътувания“, посочва Богданов. През декември от Асоциацията на българските авиационни компании съобщиха, че приходите на българските гружества от редовни полети са намалели с около 65%, а чартърните превозвачи са със съкрушително намалени приходи - на годишна база с 85-90%, като в последните месеци на 2020 г. нямат никакви полети.

Товарен транспорт



При сухопътния товарен транспорт през границите на България през декември 2020 г. се наблюдава ръст с 11.6% в сравнение с година по-рано, като броят на камионите от и към Турция нараства с 11.6%, Сърбия – с 5.4%, Румъния – с 13.1% и Гърция

– с 14.4%. В края на годината дори се забелязва отчетливо нарастване на разликата при трансграничния товарен транспорт с Турция и Румъния, като ръстът достига 30%. Коронакризата обаче удари морския транспорт в ЕС, като България (17% спад) е сред най-засегнатите държави, показва статистиката. Теглото на стоките, обработвани в основните пристанища на ЕС, е намаляло със 17% през второто тримесечие на 2020 г. В сравнение със същия период на 2019 г. Хърватия например отчита значително увеличение на основната пристанищна дейност през този период (+10.2%).

Автобусен превоз

Този сектор също е сред най-засегнатите. „Хората масово предпочитат да пътуват с личните си автомобили с оглед на своята безопасност. Ученици, студенти и пенсионери ограничиха до минимум пътуванията си. Най-големият спад е по републиканската транспортна схема и по областните схеми. Редица типове организирани превози като туристическите и ученическите бяха забранени, пътникопотокът е под санитарния минимум. Щетите за бранша са огромни, защото има и текущи разходи, които си вървят: мол такси, застраховки, горива, масла, смазочни материали, заплати на персонал“, коментира Мариана Милтенова от Конфедерация на превозвачите. „Всички, които зависят от масовите международни туристи, са силно засегнати. Там е най-големият удар. Граничният контрол и изискванията за PCR тест създадоха проблем и намалиха пътуванията“, добавя Богданов.

Търговия на гребно

Търговията с грехи, обувки и луксозни стоки е силно засегната. Импулсивните покупки вече намаляха до минимум в цяла Европа. Моловете са сред най-силно ударените, тъй като хората намалиха ходенето в тях, дори когато всичко в търговския център работи, посочва Богданов. През ноември 2020 г. в сравнение с година по-рано има двуцифрен спад в продажбите на облекло и обувки, които е над 25%. От данните на НСИ се вижда, че търговията на гребно през ноември бележи спад с 6.4% спрямо година по-рано. На годишна база най-много се свива търговията с храни, напитки и тютюневи изделия - 14.4%, и тази с автомобилни горива и смазочни материали - с 15.8%.

Онлайн търговията

Пандемията ускори онлайн търговията по света и у нас. В България според данните от ноември 2020 г. тя има ръст от 72% спрямо ноември 2019 г. Противоепидемичните мерки стимулираха потребителите да ѝ се доверят в по-голяма степен, което даде знак на много от търговците да развият свои онлайн магазини. Това предизвика сериозно ускорение на куриерския бизнес, както и на логистиката.

Куриерски услуги и логистика

Ръстът в куриерските услуги се вижда също през наемането на хора. Онлайн търговията през ноември 2020 г. нараства със 72% в сравнение с година по-рано, подчертава Лъчезар Богданов. „Spidi“ например отчита 19% ръст на приходите през третото тримесечие в сравнение с година по-рано. Шанс за растеж получи цялата верига на онлайн търговията и логистиката. Онлайн пазаруването отключи и „глад“ за складови бази. Ускореното развитие на онлайн търговията предизвиква раздвижване в куриерския бранш. По света се появяват нови куриерски компании. Текат сливания и придобивания, което впрочем става и с нашата „Spidi“ - френската GeoPost придобива мажоритарен дял в нея. Няма пасажери, но има пратки, и това доведе до нов световен тренд: Стари пътнически самолети се превръщат в товарни. Експерти в бранша очакват броят на преобразуваните самолети в световен мащаб да се увеличи с 36%.

Туризмът

При туризма и свободното време се промени начинът, по който европейците, а и българите почиват. В развитите европейски икономики се наблюдава рязко увеличаване на туризъм чрез кемпери и каравани, изтъква Богданов. „В туризма има сериозен спад, на практика той е занулен и не се очертава скоростна перспектива ситуацията да се промени. В тази сфера са и хотелиерство, ресторантьорство, туроператори и агенти, екскурзоводско обслужване, планински водачи, ски учители. Засега 2020 г. е най-слабата година от 1997-а насам. Възстановяването може да започне с лек ръст това лято. В зимните месеци сега влизат около 350-380 хил. чужденци месечно. Работят къщи за гости и малки семейни хотели с много малки обороти. Големите корпоративни хотели са



затворени, туризмът се превърна в семеен бизнес и когато той спре, страдат местните икономики“, обобщава Румен Драганов, директор на Института за анализи и оценки в туризма.

Наука и образование

Игва и златното време на науката. Тя става ключов фактор в промяната. Новите технологии и развитието на изкуствения интелект навярно ще дадат шанс и на българските учени. Образованието обаче е силно засегнато от коронакризата. Курсове, семинари, различни обучения са в застой. Всичко мина онлайн. И възстановяването ще е бавно и трудно.

Пандемията дерайлира влака, който теглеше досегашната икономика. Сега се задават нов тип обществено-икономически отношения, както и много различни неща. Какви точно - бъдещето постепенно ще ни разкрива.



The Big Change is Already Underway

The pandemic proved to be the strongest factor in this rapid change. It affected countries, industries, companies, people and caused a reorganization around the world. We are still searching for the right formula to keep a balance between health and the economy. COVID-19 acted as a catalyst to take steps that have been delayed for years. It is now that the accelerated introduction of digital services and platforms in many industries has been implemented, in order to adapt to the new reality and the changing consumer habits. This will make everyone more confident in entering Industry 4.0, even though the way forward is going through a recession. After a major economic crisis, which causes sharp changes in public opinion, there is usually a major change in the economic model of development. And

after this crisis, which is not just another crisis, the world will be different.

Unemployment



In 2020, there was a sharp decline in all indicators, excluding unemployment, where the rapid measures in Europe and in our country managed to stop its serious growth, said Lachezar Bogdanov, chief economist at the Institute for Market Economics. However, the pandemic has a strong impact on the labor market and each lockdown initially leads to a strong increase in unemployment. The data of the Employment Agency show that in the period February 3, 2020 - January 10, 2021 the newly registered unemployed were 396,698 people, and 240,470 of them

went to work. The trend for a decline in unemployment was reversed during the second (partial) lockdown in December, although the impact on jobs was lighter. The labor market in Bulgaria is not open to the youngest people, as business prefers employees with experience.

Industry



"Industry in Europe has declined over 20% to 40% until May 2020, after which recovery began. The second wave of the "lockdown" does not have such a severe impact, as it is clear that the industry is working. The fastest recovery is in Asia, not just China, according to economic data. As if there were no crisis there", Bogdanov noted. However, the engine

of Europe, the German industry, has gloomy expectations for the near future. The most severe consequences are likely to be suffered by consumer-oriented industries. In December, the automotive industry was blocked while the pharmaceutical one marked an increase. In our country: Production has shrunk with 5% on an annual basis in November 2020 and with 1.5% compared to the previous month. A more significant decrease is observed in the mining industry (18.1% decrease on an annual basis and 9.2% on a monthly base), due to the lower volumes of coal and metal ore extraction, as well as in the production of electric energy (6.6% decrease on an annual basis and 0.8% on a monthly base). However, Dundee Precious Metals has a record yield of gold mining, which from its two mines “Chelopech” and “Ada Tepe” has grown by about 30% compared to 2019. Exports, however, suffer - NSI data show a 10.8% drop in the total exports in October last year and a 7.6% decrease for the first ten months of 2020. An interesting fact is that the export of bicycles from Bulgaria, including electric ones, is 60% higher for the nine months of 2020.

Investments



“Many businesses and households have adapted to living in a pandemic. People may still be shopping, but much less investments are being made. Investments are stunned by uncertainty about the future and this is a serious problem. Their recovery will also depend on how much the market will believe in the vaccines. In a crisis of this magnitude, a rescue mechanism is triggered, which seriously affects growth. We will see data on the investments by sectors in December 2021”, commented Lachezar Bogdanov.

Telecommunications



With this pandemic came the boom of telecommunications. The “lockdown” put the capacity of the networks to the test, but the operators proved to be fast, flexible and reactive, which seriously affected their revenues. There is also an increase in the number of people they hire, although they have started to automate processes and reduce staff. All of them are expanding the range of services, working on improving the quality. VIVACOM is even ranked 5th in the world in terms of revenue growth from satellite services for business customers in the ranking of the World Teleport Association. Consumers will not only start working remotely, replacing live contact with conference video conversations, but they will also be able to use them for a long time. The time has come for 5G as well, and



Aviation



Before the coronavirus, the decade-long aviation boom created a network of nearly 50,000 air routes that crossed the world. In less than a year, the pandemic has “erased” nearly a third of them from the map, according to Bloomberg. The coronavirus crisis practically landed aviation and it turned out to be one of the most affected industries. But China remains unsurpassed again - domestic passenger traffic has returned to the level of 2019, due to the effective control of the infection and the huge market. “In November 2020, the decline in flights in Europe was 86% compared to a year earlier. Car travel has intensified, although there is no evidence that flying is the most dangerous kind of transport from a medical point of view. In addition, restrictions were imposed on cross-border travel”, said Bogdanov. In December, the Association of Bulgarian Airlines announced that the revenues of the Bulgarian companies from regular flights decreased by about 65%, and charter carriers decreased by as much as 85%, having no flights at all in the last few months of 2020.

Freight transport



The land freight transport across the borders of Bulgaria increased by 11.6% in December 2020 compared to a year earlier, as the number of trucks to and from Turkey increased by 11.6%, Serbia - by 5.4%, Romania - by 13.1%. % and Greece - by 14.4%. At the end of the year, there was even a noticeable increase of the gap in cross-border freight transport with Turkey and Romania, reaching 30%. However, statistics show that

the coronavirus crisis hit maritime transport in the EU, Bulgaria (17% decline) being among the most affected countries. The weight of the goods handled in the main ports of the EC decreased by 17% during the second quarter of 2020 compared to the same period in 2019. Croatia, for example, reported a significant increase in its core port activity during this period (+ 10.2%).

Bus transportation



This sector is also among the most affected ones. “Most people prefer to travel individually by car for their own safety. Pupils, students and pensioners have limited their travel to a minimum. The biggest decline is in the national transport scheme and in the regional schemes. A number of types of organized transport, such as tourist and school transport, were banned, and passenger traffic was below the sanitary minimum. The damage to the industry is huge, because there are ongoing costs that haven't ceased: tolls, insurance, fuel, oils, lubricants, staff salaries”, said Mariana Miltenova of the Confederation of Carriers. “Everyone who depends on mass international tourists is severely affected. The biggest hit is there. Border control and PCR test requirements have created difficulties and reduced travel”, Bogdanov added.

Retail



Trading of clothing, footwear and luxury goods is severely affected. Impulsive purchases have already shrunk to a minimum across Europe. The malls are among the ones which took the hardest hit, as people have reduced their shopping, even when everything in the mall is working, Bogdanov said. In November 2020, compared to a year earlier, there was a double-digit decline in sales of

НАЙ-ДОБРА БАНКА В БАНКИРАНЕТО НА ДРЕБНО



ПОБЕДИТЕЛ ЗА ТРЕТА
ПОРЕДНА ГОДИНА



Награда на списание
World Finance Magazine



clothing and footwear, which is over 25%. From the data provided by NSI it can be seen that the retail trade in November decreased by 6.4% compared to a year earlier. On an annual basis, trading of food, beverages and tobacco products has decreased the most - by 14.4%, and that of motor fuels and lubricants - by 15.8%.

E-commerce



The pandemic has boosted e-commerce around the world and in Bulgaria. According to data from November 2020, in Bulgaria it has marked a 72% growth compared to November 2019. Anti-epidemic measures have stimulated consumers to have more trust in e-commerce, which signaled many retailers to develop their online stores. This resulted in a serious acceleration of the courier business, as well as logistics.

Courier services and logistics



The growth in courier services is also visible in the number of people hired. E-commerce in November 2020 has increased by 72% compared to a year earlier, said Lachezar Bogdanov. Speedy, for example, reported 19% revenue growth in the third quarter compared to a year earlier. The whole chain of online trade and logistics was given an opportunity to grow. Online shopping has also triggered a "hunger" for warehouses. The accelerated development of e-commerce is causing a stir in the courier industry. New courier companies are emerging around the world. Mergers and acquisitions are underway, which is also the case for our Speedy - the French GeoPost is acquiring a majority stake in it. There are no passengers, but there are packages, and this has led to a new global trend: Older passenger planes are switching to cargo. Experts in the industry expect the number of airplanes

changing to cargo to increase by 36% globally.

Tourism



When it comes to tourism and leisure activities, the way Europeans, including Bulgarians, rest has changed. In the developed European economies there is a sharp increase in tourism by campers and caravans, Bogdanov points out. "There is a serious decline in tourism, in has practically ceased and there is no prospect for the situation to change anytime soon. In this industry are also hotels, restaurants, tour operators and agents, tour guides, mountain guides, ski instructors. So far, 2020 has been the worst year since 1997. Recovery may begin with a slight increase this summer. In the winter months about 350-380 thousand foreigners a month enter the country at the moment. Guest houses and small family hotels are operating on very low turnover. The big corporate hotels are closed, tourism has become a family business and when it stops, the local economies suffer", sums up Rumen Draganov, Director of the Institute for Analysis and Evaluation in Tourism.

Science and education



The golden age of science is also coming. It is becoming a key factor during this change. New technologies and the development of artificial intelligence will probably give a chance to Bulgarian scientists. However, education has been hit hard by the corona virus crisis. Courses, seminars and various trainings are stagnant. Everything went online. And recovery will be slow and difficult.

The pandemic derailed the train that was pulling the economy so far. Now a new type of socio-economic relations is emerging, as well as many other different things. What exactly - the future will gradually reveal to us.

LACHEZAR BOGDANOV,
Chief Economist of
the Institute for Market
Economics:



Striking situations require strategic decisions

All industries and every business is affected to some extent by the pandemic. When the whole economy collapses, it affects everyone. But looking ahead, **we think about recovery**. In Europe, the public sector will play a major role and it is important how governments direct investments - digitalisation, remediation, decarbonisation, the green deal will all be factors in these investments. The corporate world will rethink its entire organization. **Cost optimization** will also be refined through many activities that can be done online. There will probably be savings along the "Meetings and conferences abroad" line. This will mean a loss for hotels, conference business, etc. along the chain. But we can only guess what human behavior will be like exactly.

The fact that you can create something and send it online or make virtual meetings is helpful during the crisis, but it does not determine the fate of the business. Anyone who develops digital technologies has to sell them to someone. The interesting question is what happens to companies like Airbnb and Booking when people limit their travels. Being digital doesn't solve the problem. When air travel is dropping sharply, those who sell airline tickets online are also facing bankruptcy. **Additional online services inevitably suffer if the main service shrinks or disappears.**

Any shock, such as the pandemic, puts stress on the systems, but people start wondering what they are doing and whether it makes sense. Such shocking situations catalyze a process of strategic decision-making for the future of the business. There is progress and development, but certain groups that have suffered the most become the **losers**. It is not easy for them to readjust to the new reality. This is the **high price** that is yet to be paid.




 **Естествено вкусно**
 **Произведено в България**

Пилето
га е от

**Градус**[®]

останалото
е Въпрос на
Вкус



www.gradus.bg
 GradusChicken



Александър Димитров

Телекомите са гръбнакът на свързаността и дигиталния живот

Пандемията изненада всички, но последиците от нея бяха очаквани. Още преди решението за налагане на извънредното положение през март 2020 г. бяхме сформирали кризисен екип. Заедно с него разработихме няколко сценария за действие в зависимост от развитието на кризата. Непрекъснато следяхме в кой момент към кой сценарий трябва да се придържаме. Решението на правителството имаше влияние върху цялата компания и затова всички направления от нея участваха в прилагането на определените стъпки. Те най-вероятно ще са в сила и през по-голямата част на 2021 г.

Стратегически ходове

Трябваше да осигурим непрекъсваемост на бизнеса, защото от нас зависи свързаността на хората и бизнеса. Беше важно да се погрижим за здравето и безопасността на служителите, но и да запазим финансовата стабилност на компанията. Постарахме се да направим живота на нашите клиенти по-лесен в това изпитание. Осигурихме редица дигитални бонуси като максимален брой ТВ канали,

безплатен мобилен интернет на максимална скорост и дъгуи. Проведохме и комуникационна кампания, която насърчаваше клиентите да ползват онлайн каналите на компанията като електронния магазин и Моят А1. Подпомогнахме и здравната система в страната с редица гарения – медицинско оборудване, консумативи и с финансови средства.

Устойчивост

Обществото и бизнесът преживяха дигитална трансформация в рамките на броени дни и всички трябваше да ра-

ботим, учим, информираме, общуваме и забавляваме от вкъщи. През този период нашата мрежа трябваше успешно да се справи със средно 50% ръст на гласовите обаждания и 35% ръст при трафика на домашен интернет. Финансовете ни резултати показват ръст във всички параметри спрямо миналата година и за поредно тримесечие сме и най-добре развиващата се компания в А1 Телеком Austria Group. Предложихме на нашите клиенти услугите, от които имат нужда в новата среда. Помогнаха ни бързите решения, навременната комуникация към служителите-

Ускореното развитие

- Целта на А1 е голяма част от приходите да идват от дигиталните ICT бизнес решения. Развиваме се и предлагаме решения, от които бизнесът има нужда: термокамери, решения за онлайн присъствие, Microsoft 365.
- Станахме пълноправен интегратор на SAP решения както за малкия и средния, така и за големия бизнес. Увеличихме капацитета на нашия център за данни в София.
- А1 стартира първата 5G мрежа в страната и до края на 2021-ва ще имаме 5G покритие във всички населени места с 10 000 човека и в основните курорти.

лите, а след това и към клиентите и добрата организация вътре в компанията. Мисля, че от това зависи успехът или провалът на всяка организация, когато става въпрос за справяне с кризи. Тази извънредна ситуация показва на хората важността на нашите услуги и защо телекомите са гръбнакът на свързаността и дигиталния живот.

Промяна в действията

Бързо се ориентирахме към онлайн търговията с нашия сайт, онлайн каналите за самообслужване и комуникация. Това даде резултат и през пролетта регистрирахме трицифрен ръст на плащанията на сметки през мобилното приложение Моят А1.

Вярвам, че трябва да продължаваме да улесняваме живота на хората в новата реалност с подходящите решения. Добър пример са предложенията ни за създаване и поддръжка на уебсайт, електронен магазин и онлайн реклама, с които помагаме на малкия и средния бизнес да се адаптира бързо и лесно в средата.

Екипът

За разлика от повечето компании не предприехме свиване на персонала и запазахме екипа. Основните промени са свързани с размествания в организацията и създаването на нови звена, които да развият и поддържат най-вече нашите бизнес ИТ услуги, където компанията има сериозен ръст през 2020 г.

Визията ми за екипа на А1 не се е променила от COVID-19. Компанията трябва да е изградена от хора, които обичат работата си, поставят си високи цели, полагат усилия и постигат резултати.

Офисът и дистанционната работа

Работещата формула е различна за всички и няма универсално решение, но най-важното е гъвкавостта на компанията спрямо ситуацията и предпочитанията на персонала.

Тестът Covid-19

Пандемията беше сериозен тест на готовността ни за бърза промяна – на приоритети, цели, бизнес процеси. Трябваше да се фокусираме много повече върху здравето и безопасността на хората. Благодарение на усилията, които положихме, през третата четвърт на годината общите ни приходи през тримесечието нараснаха с 4,8% спрямо същия период на миналата година до 127,9 млн. евро, а общо за деветте месеца от началото на годината - с 8,1% до 376,9 млн. евро. Оперативната ни печалба (ЕБИТДА) се увеличи на годишна база с 4,8% до 52,1 млн. евро през третото три-

месечие и с 6,1% до 146,1 млн. евро общо през деветте месеца. Ръстът се дължи на доброто управление, адаптивността и търсенето на нови възможности.

Уроците

По болезнения начин научихме, че нищо не е даденост и несигурността напред е много повече, отколкото ни се иска. Моите уроци и съвети са: Постоянно преоткривайте или създавайте силните си страни, адаптирайте се към обстоятелствата, фокусирайте се върху действията, поемайте личната си отговорност, развивайте способностите си и ги използвайте по най-добрия начин, влагайте въображение и най-важното - направете всичко това свое ежедневие. Само така несигурността няма да ви изненада отново.

Готови за неочаквани събития

Не бива да приемаме нищо за даденост, а да се променяме постоянно според ситуацията на пазара и нуждите на клиентите. Наред с това остава фокусът върху ефективността, удовлетвореността на клиентите и себеусъвършенстването, като основа за всичко останало. Видяхме как целият свят се преобърна за дни и няма гаранция, че това няма да се повтори. Но с адаптивност и бързи действия може да се справим с всичко.

Растеж в новите условия

Бизнесът може да расте, като се възползваме от възможностите на новите технологии, като сме бързи и адаптивни, за да предложим точното решение в точния момент за клиента.

Посланието

Има една обобщаваща мисъл, приписвана на Чингис хан: „Тежките времена раждат силни хора. Силните хора раждат лесни времена. Лесните времена раждат слаби хора. Слабите хора раждат трудни времена.“



ОТТУК НАСЕТНЕ

никой не бива да разчита, че това, което му е носило успех вчера, ще продължи да работи и днес

*Александър Димитров,
председател на УС и главен изпълнителен директор на А1 България*





Alexander
Dimitrov

Telecoms are the drivers of connectivity and digital lifestyle

The COVID-19 outbreak surprised everybody, but the impact of the pandemic was expected. Even before the government's decision to declare a state of emergency in March 2020, we had formed a Crisis team at A1. Together we prepared several scenarios and different courses of action depending on the development of the crisis. We constantly monitored the situation and adapted our approach based on the environment. The state of emergency had an impact on the whole company and that is why every area of A1 Bulgaria participated in the implementation of the approved steps. Most of them will still be applied during the better part of 2021.

Strategic moves

First, we had to ensure the business continuity as we are the main provider of connectivity for both consumers and the business. It was important to protect the health of our employees and to keep the financial

stability of the company at the same time. We also did our best to make the life of our clients a little easier during the lockdown by providing digital bonuses, including free TV channels, additional MBs for mobile clients, etc. In addition, we organized a campaign to encourage and incentivize our clients to start using online channels such as our e-shop and mobile app – My A1. We also supported the healthcare system in the country with a series of donations – medical equipment and supplies, and financial aid.

Sustainability

The society and large parts of the business went through a digital transformation just in a couple of days and all of us had to start working, learning, communicating and entertaining ourselves from our homes. During this period our network successfully handled an increase of 50% in the voice calls and 35% increase in the internet traffic on fixed line. A1



FROM NOW ON

no one can expect that actions, which have brought them success yesterday, will still work today

**Alexander Dimitrov,
Chairman of the management
board and chief executive
officer of A1 Bulgaria**

Bulgaria's financial results show growth in all areas compared to 2019 and we are one of the fastest growing companies in A1 Telekom Austria Group. We have achieved this by offering services that our clients are in need of

in the current situation. What played a major role in our success was making fast and bold decisions, constant communication with the employees and our clients, and last, but not least - the good organization within A1. I think that these elements are key for the success of any organization when it comes to dealing with a crisis.

Change in action

We managed to quickly move our clients from physical stores to our e-shop and encouraged them to use self-service channels and online customer services points of contact. Our efforts paid off and during the spring of 2020 we registered three-digit growth of the online payments via My A1 app.

I believe that A1 has to empower the people in the new reality with the help of the right digital solutions and technologies. A good example of business services that are especially useful and even obligatory for any small and medium sized business at the moment include website development, online store, online and social media advertising.

The Team

Unlike most companies, we did not undertake staff downsizing and we kept our team intact. The key changes are related with restructuring in the organization and the establishment of new departments aiming at developing and maintaining mostly our business ICT services where the company has significant growth in 2020.

My vision regarding the A1 team has not changed due to COVID-19. The company must be built by people who love their jobs, aim high, make efforts and achieve results.

The office and remote working

The winning formula varies for different companies and there is no universal solution.

However, what is most important is the agility of the company according to the situation and the preferences of the employees.

COVID-19 as a test

The pandemic has been a serious test to our readiness for quick changes – in priorities, goals, business processes. We had to focus much more on people's health and safety. Thanks to the efforts we made, in Q3 2020 our revenue increased with 4.8% compared to the respective period of the previous year, reaching EUR 127.9 M, and cumulatively for the nine months since the beginning of the year - with 8,1% to EUR 376.9 M. The EBITDA grew year over year with 4.8% to EUR 52.1 M in Q3 and increased with 6.1% to EUR 146.1 M for the nine months. The growth is due to the good management, adaptivity and the pursuit of new opportunities.

Lessons learned

We learned the hard way that we should not take anything for granted. The lack of predictability for the future is likely to last longer than we would like. My advice is the following: Constantly reinvent your strengths and create new ones, adapt to the circumstances, focus on your own actions by taking personal responsibility for them, develop your skills and use them wisely, be creative and – last, but not

least – do all of these on a daily basis. This is how you can prepare for the unexpected.

Ready for unexpected events

We should not take anything for granted, but rather – adapt constantly according to the needs of the market and our customers. While doing this, we should remain focused on efficiency, customer satisfaction and our own self-improvement, as the basis for everything else. We all saw how the world can turn upside down in a matter of days and there is no way to guarantee that something like this will not happen again. But, with adaptability and quick actions, we can cope with anything.

Back to growth

Businesses can grow by taking advantage of all the possibilities offered by the new technologies. We need to be quick and flexible, in order to offer the perfect solution in the perfect moment to our clients.

The message

I recall a thought, widely attributed to Genghis Khan: "Hard times create strong people. Strong people create easier times. But easier times create weak people. Weak people create hard times."

Faster development

- **A1's goal is to increase the share of ICT business solutions in our total income. We are expanding in this sector and we are offering solutions that our customers need: thermal cameras, improved visibility online, Microsoft 365.**
- **We are now an official integrator of SAP solutions for SME, as well as for larger corporations. Additionally, we increased the capacity of our data center in Sofia.**
- **A1 launched the first 5G network in Bulgaria and by the end of 2021 we are planning to provide coverage to all settlements with a population of over 10 000, as well as all major resorts.**



Формулата на bERS:



bERS е българска група от компании с над 16 години опит и цел да развива капацитети и решения във веригата от доставки в полза на производители и търговци на бързооборотни стоки, потребителски продукти, индустриални материали, суровини, фармацевтични и медицински изделия на територията на България, Северна Македония и Европейския съюз. Над 80% от бизнеса е свързан с решения под температурен режим: складови, международни и вътрешни транспортни, логистични и микродистрибуционни услуги.

Пандемичната ситуация превърна 2020-а в интересна и нелека година за основния ни бизнес с логистични услуги. Някои от клиентите ни увеличиха значително своите складови наличности, за разлика от други, които свиха обемите си. А има и проекти, които изцяло бяха замразени. Все пак се надяваме да приключим годината с ограничен растеж, независимо от

ситуацията в света.

Философията

на bERS е да създаваме добавена стойност за нашите клиенти, служители и партньори. Пандемията ни накара да се замислим сериозно и практически къде и как може да разширим нашата подкрепа и по този начин да спечелим всички заедно, за да

подсигурим общото си бъдеще. Приехме я като катализатор за собствената си трансформация.

Когато държавата „затвори“ заради Covid-19, осъзнахме, че физическото ограничение от движение и струпване на хора ще предизвика вълна от поръчки на храна онлайн за дома. bERS вече се намираще в конкурентна позиция с налични логистични капацитети и



bERS is a Bulgarian group of companies with more than 16 years of experience and strategy to develop capacities and solutions in the supply chain for use by producers and traders of fast-moving consumer goods, consumer goods, industrial and raw materials, pharmaceuticals, and medical devices on the territory of Bulgaria, Northern Macedonia and the European Union. More than 80% of the business is related to solutions with temperature control: warehousing, international and domestic transportation, logistics and micro-distribution services.

The pandemic has made 2020 into an interesting and challenging year for the core business with logistics services. Some of our clients has increased drastically their warehoused inventory, unlike others, who have contracted. There are also projects that have been completely frozen. However, we are positive to end the year with an organic growth, despite the global situation.

The Philosophy

of bERS is to create added value for our clients, employees, and partners. The pandemic has pushed us to think seriously and practically how and where we may increase our support

and thus to win altogether to secure our common future. We have accepted that this is a catalyst for our own transformation. When the country locked down because of COVID-19, we realized that the physical limitation for movement and congestion of people shall create a wave of order of food products online for home deliveries. bERS had already positioned with a competitive advantage with current logistics capacities and relationships with companies in the FMCG sector, thus on April 6

online groceries store “Hleb i Sol”

became a fact. There is a considerable

ПЕЧЕЛЯ / ПЕЧЕЛИШ

отношения с компании за бързооборотни стоки, затова на 6 април

онлайн бакалия „Хлеб и Сол“

стана факт. Има интерес от множество малки производители на качествени стоки, които не са представени в София. Чрез нашия форум с рубрики им даваме възможност да представят своята история и продуктите си.

Разбрахме, че нашето конкурентно предимство продължава да е симбиозата от инвестиции, които сме направили в годините, за да развием сериозна верига от складиране и доставки в България, и с предприемчиво мислене да помагаме на производители и вносителите на бързооборотни стоки. Трансформирахме начинанието си с онлайн бакалия „Хлеб и

Сол“ в продажби и на едро. Предлагайки

разнообразие

от нишови и уникални продукти, забелязахме сериозен интерес към групово пазаруване от крайни потребители и офис клиенти, както и активност на малки магазинчета и заведения да подобрят своя асортимент и по този начин да изпъкнат. Същевременно през 2021 г. bERS продължава да развива комплексни решения за доставки до обекти от традиционната търговия (малки квартални магазинчета) както в София, така и в други градове в страната.

Казват, че който търси, той намира. В bERS се ориентирахме към намирането на нови решения и започнаха да ни се отварят нови хоризонти.



НИКОЛАЙ НИКОЛОВ, директор Бизнес развитие и планиране в bERS:

Действайте извън зоната на комфорт

Светът се променя с висока скорост, с това и начинът, по който живеем и работим. Досега можеше компания да запазват своя бизнес модел с десетилетия, вече трябва да се мисли и да се излиза извън зоната на комфорт, да се действа бързо и гъвкаво.

Основен фокус на всички трябва да е какво, къде, как и кога е възможно да внедрим в ежедневието си нови дигитални решения, за да си създаваме конкурентно предимство. Важно е да се вгледаме и във взаимоотношенията с клиенти, партньори, доставчици, служители и други заинтересовани страни, за да разберем какви са техните очаквания, проблеми и идеи и да се синхронизираме с тях.

NIKOLAI NIKOLOV, Director Business Planning and Development at bERS:

Act outside of the comfort zone

The world is changing at a rapid pace and with this the way we live and work. Until now a company may keep their business model for decades, while now we have to think and act outside the comfort zone fast and flexible.

A major focus for all of use should be what, where, how and when it is possible to implement in our day-to-day agenda new digital solutions in order to create a competitive advantage. Moreover, it is also important to nurture the relationships with clients, partners, suppliers, employees and other stakeholders, to understand what their expectations, problems and ideas are and thus synchronize.



interest of many small producers of quality products, which are not marketed in Sofia. We provide an opportunity via our online forum for these products to be presented, as well as the history of the company behind.

We have understood that our competitive advantage continues to be the symbiosis of investment, which we have made during the years, in order to create a serious supply chain for deliveries in Bulgaria, as well as our entrepreneurial mindset to assist producers and importers of FMCG.

We have transformed our business with online groceries store “Hleb i Sol” to be also in the wholesale segment. By providing

an extended portfolio

of niche and unique products, we have seen a serious interest for group purchasing from end consumers and corporate office clients, as well as an increased activity from small shops and venues to upgrade their assortment and thus differentiate. Meanwhile in 2021 bERS continues to develop complex and integrated solutions for deliveries to the traditional trade (small shops) in Sofia and other cities in Bulgaria.

They say that one who seeks, shall find. At bERS we have aimed at finding new solutions and thus new horizons and opportunities have unfolded.



БЪЛГАРСКА АГЕНЦИЯ
ЗА ИНВЕСТИЦИИ

Българската агенция за инвестиции (БАИ) е изпълнителна агенция, създадена с цел привличане на инвестиции в България, подпомагаща министъра на икономиката при осъществяването на държавната политика в областта на инвестициите. Основната дейност на агенцията е насочена към това да подкрепя потенциалните и съществуващите инвеститори, така че да получат възможностите за инвестиране в Република България и да се запознаят с инвестиционния климат в страната. Агенцията подпомага изграждането и успешното развитие на проекти в различни сектори, водещи до откриването на нови работни места, внос и износ, трансфер на ноу-хау за българската икономика и т.н. Мисията на БАИ е да прилага всички стимули за увеличаване притока на преки чуждестранни инвестиции в България. Визията на агенцията е да се развива като надежден, дългосрочен и компетентен партньор за чуждестранните инвеститори, ползващ се с институционално доверие и авторитет при осъществяване на целите си за привличане на преки чуждестранни инвестиции в България.

Move to be



По време на извънредното положение и във връзка с ограничаване разпространението на COVID-19 Българската агенция за инвестиции продължи активно своята дейност и мисия, провеждайки онлайн срещи за подпомагане на потенциални и съществуващи инвеститори. Връзката с бизнеса остана непрекъсната и се осъществява чрез множество онлайн събития, както и видеоконференции. На фона на динамично променящата се световна икономическа обстановка компаниите променяха своите виждания и перспективи и на този фон целта на БАИ е да остане близо до инвеститорите, за да намери най-добрия начин да ги стимулира да продължат развитието си, да реструктурират бизнеса си или да създадат нова дейност в България.

За улесняване привличането на чуждестранни инвестиции в страната помагат

данъчни облекчения

като преотстъпления (0%) корпоративен данък за инвестиции в райони с висока безработица, 10-процентния плосък данък върху доходите на компаниите, както и 5%-ния данък върху дивидентите.

В основата на подкрепата за инвестициите е предоставянето на следните стимули:

1. Информационно обслужване и съкратени административни срокове;
2. Индивидуално административно обслужване, което ви осигурява персонален мениджър за проекта, а вие се фокусирате върху вашия бизнес;
3. Финансова подкрепа за професионално обучение на лица, за нуждите на инвестиционния проект;
4. Финансова подкрепа за изграждане на елементи на прилежащата инфраструктура до границите на инвестиционния проект;
5. Финансово подпомагане за частично възстановяване на направените от инвеститора разходи.

ни осигурителни вноски за новоназначени работници и служители.

Прилагането на стимулите се извършва чрез

сертифициране на проекти

които според размера на инвестицията и работните места може да бъдат приоритетен инвестиционен проект, инвестиционен проект клас А или клас Б. Сертифицирането на проекти за клас инвестиция се извършва при различни финансови прагове, в зависимост от размера и сектора, в който е реализирана

инвестицията.

За сертификат клас Б минималният праг за сертифициране е 2.5 млн. евро за инвестиция в производствени мощности. За получаване на сертификата клас А минималната инвестиция е 5 млн. евро.

“
Великите инвеститори обикновено остават в историята като хора с много силна интуиция, усет за бизнес и визионерски талант. При реализиране на идеите си те имат нужда от институционална подкрепа, която БАИ се стреми да осигури

”
Десислава Трифонова,
изпълнителен директор
на БАИ



moved

Когато инвестицията е във високотехнологично производство, праговете намаляват, съответно на 1 млн. евро за клас Б и на 2 млн. евро за клас А. За приоритетни инвестиционни проекти минималният праг за сертифициране е 50 млн. евро, като се насърчават с допълнителен пакет от мерки, включващи и институционална подкрепа или публично-частно партньорство и предоставяне на безвъзмездна финансова помощ, при спазване на определени условия – до 50 % максимален интензитет на помощта за инвестиции в образование и научни изследвания и до 10% максимален интензитет на помощта за инвестиции в преработващата промишленост. Тази комбинация от стимули, предоставени от държавата, създава много добра основа за привличане на инвестиции.

През 2019 г. БАИ беше избрана за член на Управителния съвет на Световната асоциация на агенциите за насърчаване на инвестициите (The World Association Investment Promotions Agencies WAIPA) за мандат 2019-2021, което е

признание

за дейността на агенцията. Освен това БАИ спечели наградата и за „Най-добър

екип за насърчаване на инвестициите в Централна и Източна Европа“ през 2019 г. Наградата е присъдена от престижното международно списание за новини, анализи и коментари, свързани с глобалния бизнес, икономиката и финансите CFI.co (Capital Finance International).

В рамките на изминалите тежки месеци агенцията стартира редица дейности, свързани със справяне с негативните последици от COVID-19. Насочихме усилия за привличане и на инвеститори, които искат да скъсят веригата на доставки и да прелокират своите производства.

БАИ и 15 двустранни търговски и индустриални камари под патронажа на Министерството на икономиката реализират

БЪЛГАРСКА АГЕНЦИЯ ЗА ИНВЕСТИЦИИ

Ул. „Врабча“ 23, ет.3, София 1000

Тел.: (+359 2) 985-5500

Факс: (+359 2) 980-1320

E-mail: iba@investbg.government.bg

цялостна инициатива за представяне на България като нова „nearshoring“ дестинация в световен мащаб. Целта е да позиционира България като

отлична дестинация за релокация на производства

в процеса по скъсяване на веригите на доставки (nearshoring). Инициативата цели да достигне до възможно най-голяма аудитория от потенциални чуждестранни инвеститори, които да получат информация за инвестиционния климат в страната и да преосмислят инвестиционните си намерения. Предстои и организиране и провеждане на международни промоционални мероприятия в САЩ, Европа, Азия по европейски проект „Утвърждаване на България като успешна инвестиционна дестинация“ с насоченост към секторите автомобилостроене, машиностроене, информационни технологии, здравеопазване, балнеология, електроника и електротехника. Агенцията ще организира форуми в Германия (Дюселдорф), Италия (Рим), Испания (Барселона), Китай (Шанхай), Сингапур, САЩ (Сан Франциско, Северна Калифорния).

За да предвидим бъдещето

трябва да го създадем сега, а това ще се случи с общи усилия и работа между бизнеса и държавата, като даваме възможност за развитие на стартиращите бизнеси и компании и като им предложим цялата подкрепа, с която разполагаме.

Добрият диалог между БАИ и бизнеса ще успее да допринесе за изработването на по-устойчиви и ефективни политики за развитие и подкрепа на инвестициите в тези трудни и сложни времена.



Move to be

GLOBAL TOP 10
INTERNET CONNECTION



**INVESTBULGARIA
AGENCY**

InvestBulgaria agency (IBA) is a government organization established to attract investments to Bulgaria and to assist the Minister of Economy in the implementation of the state investment policy. The main activity of the Agency is to support potential and existing investors to get the opportunity to invest in the Republic of Bulgaria and become acquainted with the investment climate in the country. The Agency supports the successful development of projects in various sectors, leading to the creation of new jobs, import and export, transfer of know-how for the Bulgarian economy, etc. The mission of IBA is to apply all incentives to increase the inflow of foreign direct investment in Bulgaria. The vision of the Agency is to develop as a reliable, long-term and competent partner for foreign investors, enjoying institutional trust and authority in achieving its goals of attracting foreign direct investments in Bulgaria.

During the state of emergency and in connection with the restriction of the distribution of COVID - 19, InvestBulgaria agency continued its activities and mission, holding online meetings to support potential and existing investors. The connection with the business remained unbroken and was realized through numerous online events as well as videoconferences. Against the background of the dynamically changing global economic environment, companies have changed their visions and prospects. In this situation the goal of IBA is to stay close to the investors, to find the best way to stimulate them, to continue their development, to restructure their business or to create a new one in the Republic of Bulgaria.

To encourage the attraction of foreign investment in the country, there are

a number of tax reliefs:

- the retained corporate tax (0%) corporate tax for investments in areas with high unemployment,
- the 10% flat corporate income tax,
- the 5% dividend tax.

The following incentives are the base

of investment support:

- 1.** Information service and shortened administrative terms;
- 2.** Individual administrative service, through the implementation of the investment project and after that.
- 3.** Financial support for vocational training for attainment of professional qualification by the hired staff, including interns from the higher schools in Bulgaria, who have occupied the new jobs created upon implementation of the investment project;
- 4.** Financial support for construction of technical infrastructure elements to the borders of the investment project site;
- 5.** Financial support for partial reimbursement of the obligatory social security contributions made by the investor for newly appointed employees.

The certification of projects for investment class is performed at different financial thresholds, depending on the size and the sector in which the investment will be realized. For a Class B certificate, the minimum threshold is EUR 2.5 million for investment in industrial sector. The minimum investment for obtaining a class A certificate is 5 million euros. When

moved

INVESTBULGARIA AGENCY
23 Vrabcha fl. 3 Street
Sofia 1000, Bulgaria
Tel.: (+359 2) 985-5500
Fax: (+359 2) 980-1320
E-mail: iba@investbg.government.bg



the investment is in high-tech production, the thresholds are reduced to EUR 1 million for Class B and EUR 2 million for Class A, respectively. For priority investment projects, the minimum certification threshold is the general case EUR 50 million, encouraged by an additional package of measures, including institutional support or public-private partnerships and grants, subject to certain

conditions - up to 50% maximum aid intensity for investment in education and research and up to 10% maximum aid intensity for processing investment industry. This combination of incentives provided by the state creates a very good basis for attracting investments.

In 2019, IBA was selected as a member of the Management Board of the World Association of Investment Promotion Agencies (WAIPA) for a term of 2019-2021, which is

a recognition

for the Agency's activities. In addition, IBA

won the award for „Best Team for Investment Promotion in Central and Eastern Europe“ in 2019. The award was given by CFI.co (Capital Finance International), an international magazine for news, analysis and commentary related to global business, economics and finance.

During the past difficult months, the Agency launched a number of activities related to the negative consequences of COVID-19. In this regard, we have focused our efforts on attracting investors who want to shorten the supply chain and relocate their production. IBA and fifteen Bilateral Chambers of Commerce and Industry, under the patronage of the Ministry of Economy, are implementing an initiative to present Bulgaria as a new „nearshoring“ destination worldwide. The goal is Bulgaria to be positioned as

an excellent destination for relocation of production

in the process of shortening supply chains (nearshoring). The initiative aims to reach the largest possible audience of potential foreign investors, to receive information

about the investment organization and holding of international promotional events in the USA, Europe, Asia under the European project „Establishing Bulgaria as a successful investment destination“ with a focus on the sectors of automotive, mechanical engineering, information technology, health conservation, balneology, electronics and electrical engineering. The agency will organize forums in Germany (Dusseldorf), Italy (Rome), Spain (Barcelona), China (c. Shanghai), Singapore, USA (San Francisco, Northern California).

To predict the future

we must create it now and this will happen with joint efforts and work between business and the state, giving the opportunity to develop start-up businesses and companies and offering them all the support we have.

A good dialogue between IBA and the business will be able to contribute to the development of more sustainable and effective policies and to support the investments in these difficult and complex times.



The great investors usually remain in history as people with very strong intuition, sense of business and visionary talent. In the realization of their ideas they need institutional support for which IBA strives to provide.

*Desislava Trifonova,
Executive Director of IBA*

Атанас Добрев

Растежът е възможен и в условията НА КРИЗА



Атанас Добрев, главен изпълнителен директор на VIVACOM

- Господин Добрев, как пандемията промени динамиката на работата във VIVACOM?

- Още от самото начало на 2020 г. VIVACOM започна усилено да се подготвя за работа в кризисни условия, след като се появиха първите признаци, че се случва нещо сериозно в световен мащаб, което ще доведе до осезаеми промени. С директорите на отдели ежедневно обсъждахме как новата ситуация ще се отрази, отчетохме необходимостта от бързи и адекватни действия в две посоки – защита на здравето на хората в компанията и на клиентите ни и осигуряване на непрекъсваемост на услугите, които предлагаме. Начертахме и дългосрочна стратегия за реакция. За щастие

дигитализирането на голяма част от вътрешните ни процеси е факт много преди епидемията, което позволи бързо да преминем към дистанционна работа за функциите, при които е възможно. За всички останали въведохме

много строги мерки за разделяне на екипи, за стриктно дезинфекциране на работните помещения и магазини, оборудвахме служителите с необходимите предпазни средства. Предприехме гъвкаво препланиране и увеличаване на капацитета на мрежата, за да може при повишения трафик да осигурим

традиционната за нас бърза и качествена връзка. Така VIVACOM се справи отлично с граматичните промени, които пандемията наложи.

- Какъв тест се оказа тя?

- Пандемията стана тест за уменията ни като общество, като индивиди и като бизнеси да се справяме с непознати глобални предизвикателства. Тя е изпитание за гъвкавостта на бизнеса, който трябва да предприема скоростни, но добре обмислени решения. Месеците на изолация доказаха, че телекомуникациите са ключови за обществото. В момент, когато целият ни живот принудително премина онлайн, нашата отговорност да осигурим непрекъсваемост на средствата за комуникация се откри с още по-голяма сила. Регистрирахме повишен трафик и в мобилната, и във фиксираната мрежа, но успяхме без сериозни затруднения да продължим да предоставяме услугите си нормално. Това е резултат и от дългосрочните ни усилия да инвестираме както в развитието на мрежата, така и в привличането и обучаването на най-добрите експерти по телекомуникации.

- Как да правим бизнес и да растем на локалния, на регионалния и на глобалния пазар в новата действителност?

- С последователност, със съзнателни и обмислени инвестиции. Във VIVACOM те са в развитието на хората и в увеличаване потенциала на мрежите, с предлагане на най-новите, актуални и иновативни телекомуникационни решения. Ние доказвахме, че кризата е и възможност – въпреки усложнените икономи-

VIVACOM се справя отлично с граматичните промени, но това се дължи и на дългосрочните ни усилия да инвестираме и в развитието на мрежата, и на специалистите

чески условия и всеобщата несигурност реализирахме поредица от технологични успехи именно през 2020 г. След като през годините мобилната мрежа на VIVACOM беше призната за най-бърза в България, спечелихме отличие и на европейско ниво. Получихме престижната награда на Ookla за най-бърза мобилна мрежа в Европа*, или казано иначе, взехме купата на Шампионската лига в нашата сфера. Станахме първият български телеком, който стартира търговска 5G мрежа в централните части на всичките 27 областни града в България. Благодарение на отличните финансови резултати, които постигаме вече седем поредни години, и на позицията на иноватор, която си завоювахме на българския пазар, VIVACOM стана част от водещия телекомуникационен и медиен оператор в Югоизточна Европа United group. Това е висока оценка и доказателство за нашите възможности, което ни дава перспектива за развитие на значително по-голям пазар. Ето защо с последователни усилия и гъвкавост растежът е възможен и в условията на криза.

- Кои са уроците, научени от пандемията?

- Тя ни показа, че обществата умеят да се приспособяват. Наложихме се да ударим спирачки и силно да забавим устремните темпове на съвременния живот, да преосмислим приоритетите си в личен план. Урокът, който нашият бизнес научи, е,

че обществото разчита на високия професионализъм и на качеството на нашите услуги, за да функционира успешно. Смутната 2020 г. доведе до бум на дигитализацията. Само за няколко седмици през март цели сектори и сфери на живота се дигитализираха - дистанционното обучение, работата от дома, телеконференциите, електронните административни услуги и още много други станаха неразделна част от живота ни. Животът в изолация ни направи по-устойчиви и по-съпричастни, затова и се наблюдава ръст на доброволчеството и дарителството. VIVACOM се включи активно в дарителската кампания – заедно с United Group дарихме 900 000 лв. на Министерството на здравеопазването за подпомагане на лечебните заведения и на медиците, които и до днес са на първа линия в борбата срещу болестта. Дарихме на три болници още 300 000 лв. в медицинско оборудване и финансови средства. На клиентите си осигурихме множество допълнителни и безплатни мобилни и фиксирани услуги, за да подобрим престоя им въкъщи. За периода на извънредното положение всички потребители на сателитната телевизия можеха да гледат над 145, а на

интерактивната – над 230 канала. Увеличихме скоростите в оптичната мрежа за всички клиенти до 500 Mbps за download при определени условия за клиентското оборудване, отново в периода на извънредното положение. Дарихме и 500 таблета на МОН, за да подпомогнем достъпа на учениците до образование в условията на обучение от дистанция. VIVACOM продължава да следи внимателно динамиката на ситуацията и има готовност да се отзове там, където има нужда – не само по отношение на качествената, стабилна и сигурна връзка, но и с подкрепа за социално значими каузи, които да подпомогнат обществото да се справи с изпитанията.

- Какво е посланието, което искате да отправите?

- Прогресът и по-високият стандарт на живот може да бъдат постигнати с общи усилия, което важи с особена сила в условията на криза. Въпреки ограниченията, наложени от епидемичната ситуация, VIVACOM продължава да поставя клиента във фокуса на своята работа, като взимаме отговорни решения какви технологии да развиваме, за да отстояваме името си на иновативен телеком от ново поколение.

**“
Вярвам,
че бъдещето е на
свързаните хора,
на свързаните
общества
и държави
”**

* Според анализ на Ookla®, основан на данните от Speedtest Intelligence® за първите шест месеца на 2020г. Търговските марки на Ookla се използват с разрешение.





Atanas Dobrev

Growth is Also Possible in Times of Crisis


- Mr. Dobrev, how did the pandemic change the work dynamics in VIVACOM?

- From the very beginning of 2020, VIVACOM began to prepare intensively for operating in crisis conditions, after the first signs appeared that something serious was happening worldwide, which would lead to tangible changes. We discussed daily with the directors of departments how the new situation will affect us, and we recognized the need for quick and adequate actions in two directions - protecting the health of the people in the company and our customers, and ensuring the continuity of

the services we offer. We also drew up a long-term response strategy. Fortunately, the digitalization of much of our internal

“
VIVACOM is doing great with the dramatic changes, but this is also due to our long-term efforts to invest in the development of the network and our specialists.
”

processes was a fact long before the epidemic, which allowed us to quickly switch to remote work for all functions which allowed it. For everything else, we introduced very strict measures for division of teams, for strict disinfection of work premises and shops, we equipped our employees with the necessary protective equipment. We have undertaken flexible re-planning and increasing the capacity of the network, in order to be able to provide our traditional fast and high-quality connection with the increased traffic. Thus, VIVACOM coped well with the dramatic changes that the pandemic required.



I believe that the future belongs to connected people, to connected societies and countries.

mobile and the fixed network, but we managed to continue to provide our services normally without serious difficulties. This is a result of our long-term efforts to invest both in the development of the network and in attracting and training the best telecommunications experts.

- How to do business and grow on the local, regional and global market in the new reality?

- With consistency, with conscious and considered investments. At VIVACOM, it means in the development of people and in increasing the potential of networks, offering the latest, up-to-date and innovative telecommunication solutions. We proved that the crisis can also be an opportunity - despite the complicated economic conditions and the general uncertainty, we realized a series of technological successes in 2020. Over the years, VIVACOM mobile network has been recognized as the fastest in Bulgaria, we won an award at European level. We received the prestigious Ookla award for the fastest mobile network in Europe*, or in other words, we took the Champions League trophy in our field. We became the first Bulgarian telecom to launch a commercial 5G network in the central parts of all 27 regional cities in Bulgaria. Thanks to the excellent financial results we have achieved for seven consecutive years and the position of an innovator, which we have won on the Bulgarian market, VIVACOM has become part of the leading telecommunications and media operator in Southeast Europe - United group. This is a high acknowledgement and proof of our capabilities, which gives us the opportunity to develop on a significantly larger market. That is why, with consistent effort and flexibility, growth is possible even in times of crisis.

- What are the lessons learned from the pandemic?

- It showed us that societies can adapt. We had to hit the brakes and significantly slow down the rapid pace of modern life, to rethink our priorities on a personal level. The lesson our business has learned is that society relies on our high professionalism and the quality of our services to function successfully. The turbulent 2020 led to a boom in digitalization. In just a few weeks in March, entire sectors and areas of life became digital - distant learning, home office, teleconferencing, e-government services and much more became an integral part of our lives. Living in isolation has made us more resilient and empathetic, which is why there has been an increase in volunteering and philanthropy. VIVACOM took an active part in the charity campaign - together with United Group we donated BGN 900,000 to the Ministry of Health to support medical institutions and doctors, who are still at the forefront in the fight against the disease. We donated another BGN 300,000 in medical equipment and funds to three hospitals. We have provided our customers with many additional and free mobile and fixed services to improve their stay at home experience. During the state of emergency, all users of satellite television could watch more than 145 channels, and the users of interactive TV- more than 230 channels. We increased the speeds in the optical network for all customers to 500 Mbps for download under certain conditions for customer equipment, again during the emergency. We also donated 500 tablets to the Ministry of Education and Science to support students' access to education in terms of distance learning. VIVACOM continues to closely monitor the dynamics of the situation and is ready to respond whenever needed - not only in terms of quality, stable and secure connection, but also with support for socially significant causes to help society cope with the challenges.

- What is the message you want to communicate?

- Progress and a higher standard of living can be achieved through joint efforts, which is especially true in times of crisis. Despite the limitations imposed by the epidemic situation, VIVACOM continues to put the customer in the focus of its work, making responsible decisions about what technologies to develop, in order to assert its name as an innovative telecom of a new generation.



**Atanas Dobrev,
Chief Executive
Officer at
VIVACOM**

- What kind of test did it turn out to be?

- The pandemic has become a test of our ability as a society, as individuals and as businesses to cope with unfamiliar global challenges. It is a test of the flexibility of the business, which must make quick but well-thought-out decisions. Months of isolation have proven that telecommunications are of utmost importance to society. At a time when our entire lives have been forced to move online, our responsibility to ensure the continuity of the means of communication has become even more prominent. We registered increased traffic in both the

* According to an analysis by Ookla®, based on data from Speedtest Intelligence® for the first six months of 2020. Ookla trademarks are used with permission.



Повече технологии, по-подготвени хора

Пандемията се превърна в естествен ускорител на дигитализацията. Цифровите технологии стават неизменен инструмент от новата реалност.

Освен от финансови ресурси, дигиталната трансформация зависи голяма степен от структурата и културата на компанията, от това кой води този процес, дали технологичната промяна среща необходимото разбиране и подкрепа. При всички положения промяната е възможна, стига организацията да е готова и да я иска.

Дигиталната трансформация обаче не е свързана само с подмяна на технологиите, но и с

промяна на хората

Бизнесът може да осигури „писъка“ на технологиите, но ако хората не се адаптират към тях, те няма да са ефективни. Затова дигиталното бъдеще върви с развитието на умения от следващо поколение. И тъй като са все по-важен елемент за конкурентоспособността, тези умения ще чертаят новата разделителна линия между „победители“ и „победени“.

Едно е сигурно:

Дигиталната трансформация не е еднократно усилие, а ще е постоянен процес

Бъдещето е по-несигурно от всякога

Затова бизнесът, а и държавата трябва да съсредоточат усилия върху повишаване квалификацията на хората. Те трябва да развиват умения, които да ги правят пригодни за новото време. И това е само част от адаптивността на човека към свръхбързите промени. Той трябва да се настрои и психически да понася всичко това.

Сегашната внезапна криза се превърна в

бърз тест за готовността

и гъвкавостта ни. Тя показва, че най-бързо се адаптираха хора с вече натрупани умения, както и такива, които запазват самооблагане и успяват в движение да усвояват нови знания.

Ето защо в тази необратима трансформация има няколко важни стъпки за бизнеса:

1. Поставете хората на първо място: Технологията дава възможност да правите повече с по-малко, но това в реалния бизнес работи само ако са налице и правилните човешки умения.

2. Полагайте усилия за повишаване квалификацията на хората в компанията. И най-добрата технология няма да ви свърши работа, ако липсва нужната квалификация за използването ѝ. Твърди се, че във времето, когато машините ще имат все по-голяма власт, хората също ще трябва да са като машини и да владяят определени технологии.

3. „Меките“ умения на всеки един в компанията ще правят бизнеса по-устойчив.

4. Свикнете с мисълта, че най-вероятно утре ще е съвсем различно от днес. Бъдете адаптивни.

5. Учете се да работите на висока и все по-висока скорост.

Светът вече тръгна по скоростната писта. Там дигитализацията не е пожелание, а е състояние. Тя е инструментът на „новото нормално“. Дигиталната трансформация не е еднократно усилие, а ще е постоянен процес.

More technology, Better Prepared People

The pandemic has become the natural accelerator of digitalization. Digital technologies are becoming an invariable tool of the new reality.

Apart from financial resources, the digital transformation depends to a large extent on the structure and culture of the company, on who leads this process, whether the technological change is accepted with the required understanding and support. In any case, change is possible as long as the organization is willing and ready for it.

However, digital transformation is not only about replacing technology, but also about

changing people

Businesses can provide the most advanced technology, but if people do not adapt to it, they will not be effective. That is why the digital future goes hand in hand with the development of skills from the next generation. And as they are an increasingly important element for competitiveness, these skills will draw a new dividing line between the “winners” and the “losers”.

One thing is for sure:

Digital transformation is not a one-time effort, but will be an ongoing process

The future is more uncertain than ever

Therefore, businesses and the state must focus on improving the skills of the workforce. People need to develop skills that make them adequate to the new reality. And this is just part of the human adaptability to ultra-rapid change. One has to adjust and mentally endure all this.

The current sudden crisis has become

a quick test for our readiness

and flexibility. It showed that the ones who adapted the fastest were people who already had acquired certain skills, as well as those who managed to remain calm and gain new knowledge on the go.

That is why in this irreversible

transformation there are several important steps for each business:

1. Put people first: Technology allows you to do more with less, but in real business it only works if you have the right human skills.

2. Make an effort to improve the skills of the people in the company. Even the best technology will be useless if the necessary qualifications how to use it are not present. At one point when machines will have more and more power, people will also have to be like machines in a way and master certain technologies.

3. The “soft” skills of everyone in the company will make the business more sustainable.

4. Get used to the idea that tomorrow will probably be completely different from today. Be adaptable.

5. Learn how to work at a high and ever increasing speed.

The world is already on the fast track. There, digitalization is not a wish, but a state. It is the instrument of the “new normal”. Digital transformation is not a one-time effort, but will be an ongoing process.

30 GEOTECHMIN ГЕОТЕХМИН

www.geotechmin.com



*Малки стъпки.
Големи следи.*



GoodMills
България

We drive the power of grains

Висококачествено брашно за вкусни
домашни и професионални печива!



Заедно вървим напред

Дори и в най-трудната ситуация винаги има изход – това е урокът, който научихме от пандемията. Но ето как започна всичко: Разбирайки, че държавата затваря, първият етап с консултирането беше в известна степен ограничен. Въпреки това още на 13 март целият офис на „Еко Глоуб“ ООД премина към работа от вкъщи – комуникацията между нас, но и с клиентите стана виртуална, започнахме да подаваме, да управляваме и да отчитаме проектите онлайн. В тази ситуация, налагаща бързи решения, бе създадена здрава и стабилна организация на ред и контрол, чиято цел бе нашите клиенти в максимална степен да получат разяснения за целия процес, както е била работата ни и готовогава.

Ход напред

Насочихме се към онлайн събития и това доведе до огромен успех с положителни резултати. Стигнахме до всички точки на България, до които физически би било невъзможно да отидем. Струмахме да помогнем на много бизнеси да устоят на кризата и да подпомогнат своите фирми да се стабилизират до балансирано ниво отпреди пандемията.

Устойчивост

Консултираме и подготвяме проекти основно по ОП „Иновации и конкурентоспособност“, както и други различни финансови инструменти. В периода от март 2020 г. насам започнахме работа с много нови клиенти по различните финансови схеми. Да, проектите, по които работехме, са в пъти по-малки като стойност, но пък за сметка на това броят им многократно се увеличи. Създадохме стабилни партньорства, които знам, че ще са дълготрайни.

Гъвкавост

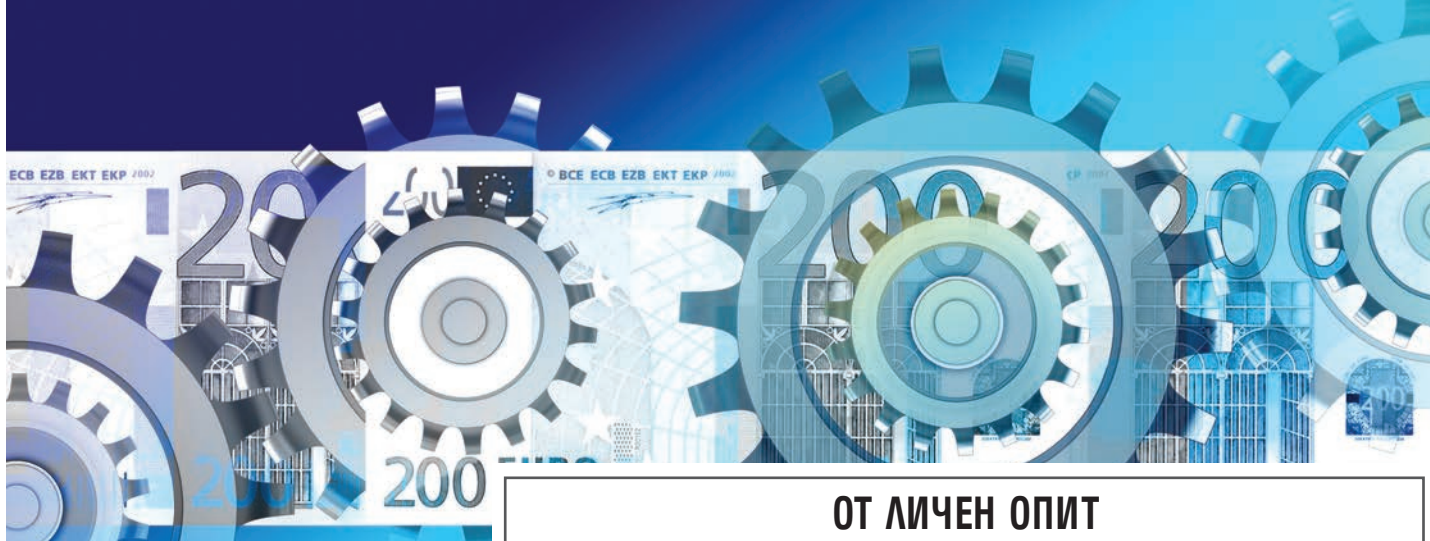
ОП „Иновации и конкурентоспособност“ стартира много нови процедури, свързани с преодоляване на икономическите последици от пандемията. Част от средствата по програмата бяха пренасочени и към други министерства. Екипът ни успя да подпомогне разнообразните бизнеси в различните схеми, успявайки да се пригоди в хода



**Доказахме,
че можем успешно
да се справим в непознати
и неочаквани екстремни
ситуации**

*Адвокат Биляна Тончева,
прокуриснт на
„Еко Глоуб“ ООД*

на работа към доста разнообразните изисквания, специфични както за всяка схема, така и за всяко министерство. Благодарение на дългогодишния ни опит в сферата на европейските проекти, както и на стремежа ни за научаване и развитие в нови и различни сфери на консултантската професия, успяхме да се справим и да преминаем през тази непозната ситуация, като не спираме да се самоусъвършенстваме.



Екипът

В нашия екип, за разлика от други области на дейност, заради рязко увеличени брой на проектите трябваше да назначим още хора. Това се наложи и от факта, че не правим компромиси в качеството на работа, вникваме в същността и детайла на всеки проект, което ни нарежда на едно от първите места в консултантския бизнес. Ние се стремим към развитие и нови хоризонти и вече доказахме, че можем да сме успешни дори при външни пречки и фактори. Доказахме, че в екстремна ситуация можем да се мобилизираме и да дадем най-доброто от себе си в полза на нашите клиенти.

Тестът COVID-19

За „Еко Глоуб“ COVID-19 се оказа тест, през който преминахме успешно, но не и без да си научим уроците. Нашата работа е свързана с много други сфери в икономиката, повечето от проектите, които са строго специализирани, налагат жив контакт, за да бъдат обсъдени в детайли и специфики. Създаването на дългогодишни партньорства налага също и срещи, в които да бъдат набелязани по-нататъшни възможности за финансиране, изграждане на стратегии и перспектива на самата фирма. Пандемията ни научи, че колкото и дигитализираният свят да е улесняващ и все по-достъпен, живият контакт не може да бъде заменен. И все пак този дигитализиран, но затворен свят, не може да замени срещите на живо, защото чрез непосредствения контакт се поражда доверието между хората, създават се здрави и стабилни партньорски взаимоотношения. Но има и положителни дивиденди от пандемията – научихме се да ценим неща, които преди оставаха незабелязани. Разбрахме, че във високите си стремежи можем да се задоволим и само с най-необходимото.

ОТ ЛИЧЕН ОПИТ

Бизнес в новата реалност – осъзнах какво значи това, когато се наложи да открия начин как да трансформирам живия контакт. Така през май 2020 г. реших да разкажа онлайн за възможностите за кандидатстване чрез европейски средства на българските фирми. Отзвукът не спира и досега, когато имам все повече запитвания за подобен вид събития. Продължавам да запознавам аудиторията с предстоящи възможности за финансиране, където всеки може да намери своето място и подходяща процедура за своя бизнес.

Фактор в промяната

В началото ситуацията беше непозната за мен, както и за повечето хора. Тогава просто за миг спрях, огледах се и си дадох сметка за важните за мен неща. Това спираше не трая дълго, тъй като имам много отговорности към семейството си, към екипа, който управлявам, и, разбира се, за клиентите, които дълги години ми се доверяват. Тогава разбрах, че точно тези отговорности ме правят значима, макар да съм само частица от заобикалящия ни свят. Това наложи и търсенето на нови начини да се справя с трудностите. Радвам се, че успях да приобща много нови клиенти, които ми се довериха и пожелаха да извървим пътя заедно.

Уроци

В бъдеще електронните услуги ще заемат много повече място в ежедневието ни, ще бъдем подготвени за нови начини на комуникация, както и за иновативни модели на работа, които ще ни направят много по-ефективни и приспособими към непознати ситуации. Фирмите ще се стремят към постоянно усъвършенстване за подобряване на вътрешната организация и ефективни работни процеси, за да бъдат по-адаптивни при извънредни ситуации. Този модел, разбира се, ще бъде приложен и ползотворен както в ежедневието

работа, така и след отшумяването на кризата.

Готови за неочаквани събития

„Черните лебеди“ се свързват не само с отрицателни, но и с положителни събития. Винаги се стремя да виждам положителното във всяка ситуация. Поглеждайки назад в историята, ще видим, че най-големите открития са били направени в крайно трудни ситуации и често решението е било на една ръка разстояние. В днешно време в ситуация на криза необятните възможности, които предлага дигитализираният свят, доведоха до не чак толкова масова паника, тъй като контактът с околните не беше изцяло стопиран. Затова, когато сме поставени в условия на изпитание, важно е да намерим начин да се справим със затруднението, както и да видим възможност в него.

Формула за успешен бизнес

Растеж се постига чрез постоянен стремеж към нови знания, приспособяване и качествено извършена работа. В „Еко Глоуб“ се учим и усъвършенстваме, което ни прави гъвкави и приспособими към всякакви ситуации, дори излизайки от зоната си на комфорт. И вече наистина сме убедени, че и в най-трудната ситуация винаги има изход.



Att. Bilyana Toncheva

We Are Moving Forward Together

Even in the most difficult situation, there is always a way out - this is the lesson we have learned from the pandemic. But here's how it all started: Realizing that the state was going into lockdown, the first stage of counseling was somewhat limited. However, on March 13 the entire office of „Eco Globe“ Ltd. switched to work from home - the communication between us but also with customers became virtual, we began to submit, manage and report projects online. In this situation, requiring quick solutions, a strong and stable organization of order and control was created, the aim of which was for our clients to receive as much clarity as possible on the whole process, as we have worked in the past.

A step forward

We focused on online events and this led to huge success and positive results. We have reached all points in Bulgaria, to which it would be physically impossible to go. We have been able to help many businesses withstand the crisis and help their companies stabilize to the balanced level they were at before the pandemic.

Sustainability

We consult and prepare projects mainly under OP „Innovation and

Competitiveness“, as well as other various financial instruments. Since March 2020, we have started working with many new clients on various financial strategies. Yes, the projects we worked on were many times smaller in value, but on the other hand, their number has increased many times over. We have established strong partnerships that I know will be long-lasting.

Flexibility

OP „Innovation and Competitiveness“ has launched many new procedures related to overcoming the economic consequences of the pandemic. Part of the funds under the program were redirected to other ministries. Our team was able to support a variety of businesses in different projects, managing to adapt in the course of work

We have proven that we can successfully deal with unknown and unexpected extreme situations.

Lawyer Bilyana Toncheva, Procurator of Eco Globe Ltd.

to a wide variety of requirements specific to each project and for each ministry. Thanks to our many years of experience in the field of European projects, as well as our desire to learn and develop in new and different areas of the consulting profession, we were able to cope and get through this unfamiliar situation, never ceasing to improve ourselves.

The team

In our team, unlike other areas of activity, due to the sharp increase in the number of projects we had to hire more people. This was necessitated by the fact that we do not compromise in the quality of work, we understand the essence and detail of each project, which puts us at the forefront of the consulting business. We seek development and new horizons and have already proven that we can be successful even in the face of external obstacles and factors. We have proven that in an extreme situation we can mobilize and give our best to the benefit of our customers.

The COVID-19 test

For Eco Globe, COVID-19 turned out to be a test that we passed successfully, but not without learning our lessons. Our work is related to many other areas in the economy, most of the projects, which are



strictly specialized, require live contact, in order to discuss the details and specifics. Establishing long-term partnerships also requires meetings in which to identify further funding opportunities, strategy building and perspective for the company. The pandemic has taught us that no matter how easy and accessible the digital world is, live contact cannot be replaced. And yet, this digitalized but closed world cannot replace live meetings, because trust between people, as well as healthy and stable partnerships are built through direct contact. However, there are also positive dividends from the pandemic - we have learned to appreciate things that previously went unnoticed. We realized that in our high aspirations we can actually be satisfied with having only the most necessary.

A factor in the change

At first, the situation was unfamiliar to me, as it was to most people. Then I just stopped for a moment, looked around and realized the

things that were important to me. This halt did not last long, as I have many responsibilities to my family, to the team I manage, and, of course, to the clients who have trusted me for many years. It was then that I realized that it was precisely these responsibilities that made me significant, even though I was only a part of the world around us. This necessitated the search for new ways to deal with the difficulties. I am glad that I was able get on board many new clients who trusted me and wanted us to walk the path together.

Lessons

In the future, e-services will have a much more significant presence in our daily lives, we will be prepared for new ways of communication, as well as for innovative work models that will make us much more efficient and adaptable to unfamiliar situations. Companies will strive for continuous advancement for improvement of the internal organization and efficient work

FROM PERSONAL EXPERIENCE

Doing business in the new reality - I realized what that means when I had to find a way to transform live contact. So, in May 2020 I decided to speak online to Bulgarian companies about the opportunities for applying for European funds. The effect still hasn't passed and I receive more and more inquiries about this type of events. I continue to present the audience with upcoming funding opportunities, in which everyone can find the right place for them and an appropriate procedure for their business.

processes, in order to be more adaptable to emergencies. This model will, of course, be applicable and useful both in everyday work and after the crisis subsides.

Ready for unexpected events

"Black swans" are associated not only with negative but also with positive events. I always try to see the positive in every situation. Looking back in history we will see that the greatest discoveries were made in extremely difficult situations and often the solution was at an arm's length. Nowadays, in a situation of crisis, the vast opportunities offered by the digitalized world have led to less panic, as contact with others has not stopped completely. Therefore, when we are put to the test, it is important to find a way to deal with the difficulties, as well as to find an opportunity in them.

Formula for successful business

Growth is achieved through a constant pursuit of new knowledge, adaptation and quality work. At Eco Globe, we learn and improve, which makes us flexible and adaptable to any situation, even when it means getting out of our comfort zone. And we are already firmly convinced that even in the most difficult situation there is always a way out.

ДЖЕНЕРАЛИ устоя и на най-бързия стрес тест

В Дженерали периодично разработваме различни сценарии за оценка на рисковете, както и стрес тестове. Никои от нас обаче не допускаше, че е възможно да работим в условия на пандемия. Според мен и никои в България не е бил подготвен за подобно внезапно затваряне. Пандемията се оказа възможно най-бързият стрес тест. Това твърди Жанета Джамбазка – член на УС и изпълнителен директор на Дженерали Застраховане АД. И още:

Моите две думи, свързани с поведението на хората по време на криза, са СЪПРИЧАСТНОСТ и АДАПТИВНОСТ. Да, тази криза постави пред редица трудности и българския застрахователен пазар. За нашата компания

работещата формула

е в правилното разпределение на хората. От началото на пандемията въведохме възможността над 50% от служителите ни да работят дистанционно и всеки екип има

право на избор, в зависимост от естеството на работа. Служителите ни са отговорни, влагат страст и резултатите ни са наистина впечатляващи, като вземем предвид ефекта на COVID-19. Дистанционната работа се оказа предизвикателството, което ни откряна към по-лесно и бързо адаптиране към дигиталния свят, който е бъдещето.

Дигиталната трансформация

е част от нашата стратегия.

“
Ще е успешен онзи, който намери баланса между дигиталния свят и човешкото отношение. Бъдещето е на смелите и иновативни хора, които могат да съберат цялото разнообразие в сърцето си
”

И стана така, че пандемията внезапно отключи възможността да предложим на българския пазар изцяло онлайн застрахователни продукти и персонални решения за нашите клиенти.

Как да задържим ключовите си служители и да развиваме хората в екипите е ключов въпрос. Предизвикателствата, които предстоят за мениджърите, свързани с „новото нормално“, са основно в

организационната трансформация

и подготовката на хората в компаниите за придобиването на нови умения. Тези промени ще изискват от всеки огромни усилия, затова промяната трябва да започне от самите нас. Колкото и да говорим за превръщането ни в дигитални компании, нека не забравяме доброто отношение, съпричастността и грижата клиентът да получи най-добрите за него условия.

Най-важна за нас е сигурността на

GENERALI Has Passed Even

At Generali, we periodically develop various risk assessment scenarios, as well as stress tests. However, none of us assumed that it was possible to work in a pandemic environment. In my opinion, no one in Bulgaria was prepared for such a sudden lock-down. The pandemic proved to be the fastest stress test possible. This is what Janeta Djambazka stated – a Member of the Management Board and Executive Director of Generali Insurance AD. Here is more:

My two descriptive words, related to people's behavior during a crisis, are COMPASSION and ADAPTABILITY. Yes, this crisis has posed a number of difficulties for the Bulgarian insurance

market, as well. For our company

the successful formula

is in the right distribution of people. Since the beginning of the pandemic, we have introduced the possibility for over 50% of our employees to work remotely and each team has the right to choose, depending on the nature of work. Our employees are responsible, passionate about their job and our results are really impressive, considering the effect of COVID-19. Work from home turned out to be the challenge that led us to easier and faster adaptation to the digital world, which is the future.

Digital transformation

is part of our strategy. It happened so that the pandemic suddenly unlocked for us the opportunity to offer entirely online insurance products and personal solutions for our customers on the Bulgarian market.

How to retain our employees and develop the people within our teams is a key question. The challenges that managers are about to face in relation to the “new normal” are mainly in terms of

organizational transformation

and training people in the companies

служителите и застрахователните агенти, както и на клиентите ни. И

най-ценният урок

е да сме на първо място хора, да помагаме, да се подкрепяме, да проявяваме повече разбиране. Необходимо е да сме адаптивни, да можем бързо да препозиционираме силите си и да влагаме страст в това, което правим.

Динамиката на времето изисква мениджърът да е визионер, да оценява и преценява своевременно възможната поява на рискове и да въздейства за предотвратяването им. За

„черните лебеди“

които са предвестници за промяна, решението е да бъдем обградени с екип от професионалисти, между които цари доверие. Подготвени сме с различни сценарии и механизми за реакция. Убедени сме, че успехът занапред ще зависи от това да даваме все по-персонализирани предложения, да сме близо до клиента и той да получава най-доброто за него решение.



Жанета Джамбазка / Janeta Djambazka

the Fastest Stress Test

to acquire new skills. These changes will require a lot of effort from everyone, so the change must start from within ourselves. No matter how much we talk about our transformation into digital companies, let's not forget the excellent customer service, empathy and making sure that clients are offered the best conditions for them personally.

The most important thing for us is the safety of our employees and insurance agents, as well as that of our customers. And

the most valuable lesson

is, first and foremost, to be human, to

help and support each other, to be more understanding. We need to be adaptable, to be able to quickly adjust our strengths and to be passionate about what we do.

“
The one who finds the right balance between the digital world and the human approach will be successful. The future belongs to the brave and innovative people who can open their hearts to all the diversity around.
”

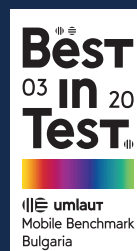
The dynamics of our time require managers to be visionaries, to calculate and assess in a timely manner the possibility for potential risks and to act accordingly to prevent them. For

“the black swans”

which are the harbingers of change, the solution is to be surrounded by a team of professionals who trust one another. We have prepared different scenarios and response mechanisms. We are convinced that success in the future will depend on offering more and more personalized solutions, on being close to the customers and providing the best individual offer for every one of them.

ECONOMIC·BG





най-добрата мрежа в България

Отличена с три сертификата best in test
от umlaut

telenor

Сертификатите best in test за най-високо оценена мобилна мрежа в България са предоставени от немската компания umlaut AG по нейна методология, на база на тестове чрез потребителите на мобилните мрежи в България, направени съответно през периодите от 22-ра до 45-та седмица на 2019 г., от 42-ра седмица на 2019 г. до 13-та седмица на 2020 г. и от 13-та до 36-та седмица на 2020 г. Търговската марка на umlaut AG се използва с разрешение. Повече информация в търговската мрежа на Теленор България и на www.telenor.bg

Кънчо Стойчев и
синът му Марко
Kancho Stoychev and
his son Marko

Кънчо
Стойчев

Решителните действия са шанс за бързо възстановяване

Както става все по-ясно, всяко затваряне заради пандемията води до тежки последици за бизнеса, за хората, а и за държавата. Затварянето води до тотално спиране на приходите в най-силно засегнатия бизнес и в такава ситуация единствената здрава стратегия е тотално спиране на разходите. За жалост последното е невъзможно, а съкращенията на персонал са неизбежни.

Единственият полезен ход

за мениджъра остава бързината – колкото по-решително се действа, без никакво забавяне, толкова по-добри са шансовете за възстановяване. Но тъй като бизнесът се базира в крайна сметка само на „три кита“ – кадри, кадри и кадри, то решаващо се оказва доверието на хората в ръководството. А доверието се формира всекидневно преди всяка криза. И се проявява именно при криза.

Всъщност туристическият ни бизнес бе спасен от хората ни, от огромната инвестиция в тяхното доверие. Събрахме всички още на следващия ден, честно им представихме ситуацията и огромното мнозинство от тях заявиха,

че щом е необходимо, ще работят без възнаграждение и няма да ни напуснат. Разбира се,

Всяка криза е повик за оптимизация

– в безветрено време мотивацията за оптимизация по-често е по-слаба. Това е вторият фактор, който ни спаси – не се забавихме и час, а смело реструктурирахме. Третият ключов фактор е лоялността, тоест удовлетвореността на клиентите. При криза инвестицията в качеството на услугата става отчетливо значима.

Доверието
на хората в
ръководството на
организацията е от
решаващо значение
при криза

Кънчо Стойчев,
собственик на
семеино имение
„Зорница“

Големият проблем на българския туризъм

е погрешната му структура, наследена от миналото и безкритично продължена. Формулата „Колкото се може повече легла на колкото се може (та и още) по-ниска цена“ е шизофрeнна и кризата го доказва. Туризмът, за разлика от жизненоважните и неотменими производства и услуги, е свръхуязвим в ниския си сегмент. А над 90% от българския туристически продукт, независимо от претенциите на собствениците му, е по истински критерии до две звезди. Всяка криза удря главно този сегмент. И обратно – високият клас и най-вече

Бутиковият сегмент е най-устойчив

Ето това всъщност е четвъртият фактор за успеха ни.

И ако трябва да обобщим: в крайна сметка устойчивостта на всеки бизнес е заложена не в условията, не във външната среда, а в добрата инвестиционна стратегия и в грижата за човешкия ресурс.

Decisive actions are a chance for a speedy recovery

As it is becoming increasingly clear, any closures due to the pandemic have severe consequences on the business, the people and the state. Closures lead to a total suspension of revenues in the most affected businesses and in this situation the only sound strategy is a total suspension of costs. Unfortunately, the latter is impossible, and staff reductions are inevitable.

The only useful move

left for the manager is speed - the more decisively you act, without any delay, the better the chances of recovery. But since the business is ultimately based only on „the three „E“ - employees, employees and employees, it is crucial that employees trust in management. And trust is formed every day before every crisis. And it manifests itself precisely in a crisis.

In fact, our tourism business was saved by our people, by the

huge investment in their trust. We gathered everyone the next day, we honestly presented the situation to them and the vast majority of them said that if necessary, they would work without remuneration and would not leave us.

Of course,

every crisis is a call for optimization

- in calm weather the motivation for optimization is clearly weaker. This is the second factor that saved us - we did not delay for even an hour, but boldly restructured. The third key factor is loyalty, i.e. customer satisfaction. In a crisis, the investment in the quality of the service becomes clearly significant.

“
People's trust in the organization's management is crucial in a crisis
Kancho Stoychev,
owner of the Zornitza Family Estate Relais & Châteaux
”

The big problem of Bulgarian tourism

is its wrong structure, inherited from the past and uncritically continued. The formula „As many beds as possible at the lowest price possible“ is schizophrenic and the crisis has proved it. Tourism, unlike vital and irrevocable industries and services, is extremely vulnerable in its low segment. And over 90% of the Bulgarian tourist product, regardless of the claims of its owners, is by real criteria up to two stars. Every crisis hits mainly this segment. And vice versa - the high class and most of all

the boutique segment is the most sustainable

This is actually the fourth factor for our success. And if we have to summarize: in the end, the sustainability of any business is not embedded in the conditions, not in the external environment, but in a good investment strategy and in the care of human resources.





За по-силни малки и средни предприятия

Изпълнителна агенция за насърчване на малките и средните предприятия (ИАНМСП) е правителствената институция, създадена с мисия да бъде партньор на българските предприятия, като предоставя услуги и прилага мерки и инструменти за стимулиране на техния предприемачески дух, конкурентоспособност, технологично развитие и интернационализация. Агенцията се утвърди като координиращо звено между бизнес средите и администрацията в прилагането на инициативи, целящи успеха на българските предприятия.

През 2020 г. малките и средните предприятия в България бяха изправени пред сериозни изпитания и предизвикателства. Свиването на икономиката в световен мащаб дава отражение и върху бизнеса в страната. За да окаже подкрепа на предприятията в създадената извънредна обстановка, ИАНМСП въведе нови гъвкави услуги и мерки. Агенцията създаде и лансира онлайн информационна платформа, предоставяща полезна, актуална и обобщена икономическа информация от правителствените институции, свързана с пандемията, за

финансовите стимули

за бизнеса, мерките на ИАНМСП за технологично развитие и интернационализация на предприятията, анализи и други, от които МСП може да се възползват. Платформата беше оценена от Европейската клирингова къща като добра практика на европейско ниво.

Онлайн платформата се превърна в активно търсен информационен инструмент, което мотивира екипа на ИАНМСП в партньорство с Фонда на фондовете да трансформира и награди платформата в „МСП съветник“. Целта е да бъде обхванат

по-широк спектър от информационни и консултантски услуги и инструменти, фокусирани върху развитието на стартъпи, микро, малки и средни предприятия.

Гъвкав инструмент, приложен от ИАНМСП в подкрепа на технологично развитие на предприятията, е

Ваучерната схема

за предоставяне на услуги за информационни и комуникационни технологии. Целта е чрез навременни и адекватни действия ИАНМСП да помогне възможно най-бързо възстановяването на фирмите. В края на 2020 г., след оценка на предприятията, бяха издигнати 450 фирмени ваучера.

Националният иновационен фонд е един от основните инструменти, прилагани от ИАНМСП, чиято цел е да стимулира внедряването на нови иновативни продукти, процеси, услуги, повишаването на иновативния потенциал и технологичното усъвършенстване на компаниите. През 2020 г. Агенцията проведе единадесета конкурсна сесия на НИФ, като в края на годината са одобрени 25 иновационни проекта с общ размер на без-

Възмездната финансова помощ от 7 млн. лв.

Агенцията иницира създаването на

Експортен хъб България

съвместно с още 15 институции, между които национално представителните работодателски организации и бизнес обединения. Целта е да подпомогне българските предприятия в навлизането на международните пазари и намирането на чуждестранни партньори. Под егидата на „Експортен хъб България“ бяха проведени множество двустранни онлайн и реални форуми и бизнес срещи. В края на 2020 г. бе подготвена обучителна програма ЕХРО1, която да помогне на 15 български предприятия по пътя на тяхната интернационализация.

Традиционните мерки, реализирани от ИАНМСП в подкрепа на интернационализацията на предприятията, са организирани международни прояви: национални участия на международни изложения в страната и чужбина, двустранни и международни бизнес форуми и конференции, контактни борси, бизнес срещи и др. В условията на въведени епидемиологични ограничения в страната и в света Агенцията успя да въведе методи и форми на организация, приспособявайки се към новия изцяло дигитален свят на работа. ИАНМСП организира съвместно с чуждестранни партньорски организации много

Виртуални бизнес форуми

с двустранни фирмени срещи, участия в дигитални международни изложби, които улесниха създаването на преки контакти между участниците.

След ратификация от Народното събрание през октомври 2020 г., ИАНМСП стана пълноправен член на Международната мрежа за МСП и на Европейската асоциация на организациите за насърчаване на търговията. Членството в тези организации предоставя възможност за споделяне на върхов световен и европейски опит в прилаганите мерки в подкрепа на националния бизнес.

През 2020 г. Агенцията организира редица специализирани уебинари с участието на водещи международно утвърдени експерти. ИАНМСП прове

Кризата като възможност

Препоръки от г-р Бойко Таков, изпълнителен директор на ИАНМСП

- **Гъвкавостта и адаптивността са от решаващо значение.** Правилните настройки сега, ще решат съдбата на много компании занаят пред.
- **Правилен контрол на разходите.** Когато има нестабилност на международните пазари, сви́ва се покупателната способност и кризата се задълбочава, компаниите започват да реорганизируют дневния си ред и да режат от разходите според приоритетите.
- **Близо до клиентите.** В тези времена почти всички изпитват затруднения и всяка компания трябва да обърне специално внимание на съществуващата си клиентска база.
- **Проверете своите доставчици.** Уверете се доколко надеждни може да са доставките, очаква ли се промяна в разходите и цените.
- **Търсете диверсификация.** Подсигурете се с алтернатива както на доставчиците, така и на клиентите си.
- **Открийте възможности за нови продукти и услуги.** Пандемията променя търсенето. Мислете креативно и нестандартно и променете предлагането.



- **Използвайте по-успешно дигиталните платформи и канали.**
- **Виртуалните събития са добър канал за намиране на нови контакти, клиенти и партньори.**
- **Инвестирайте в квалификацията на служителите си.** Можещите и знаещите служители са ключът към развитието на всеки бизнес.

проучване сред българските предприятия

с фокус техните потребности от предприемачески обучения. На основа извършен анализ се откриха най-актуалните и водещи теми с фокус дигитален маркетинг, дигитално brandиране и популяризиране на марката, възможности за финансиране на бизнеса, намиране и привличане на инвеститори и др. Агенцията подкрепи

и редица бизнес проекти, иновативни инициативи и конкурси на български партньори като: DaretoScale, Вдъхновяващите 5, Career show 2020, „Големите малки“, „Успешни заедно. Развий своя бизнес онлайн“ и др.

Фирмите все по-активно търсят и разчитат на подкрепата на Агенцията, уверени в успеха на предоставяните насърчителни услуги, инструментите и мерки, които доказаха с реално измерими резултати своя принос за развитието на българския бизнес.

For Stronger Small And Medium Enterprises

The Bulgarian Small and Medium Enterprises Promotion Agency (BSMEPA) is a government institution, established with the mission to be a partner of the Bulgarian enterprises, providing services and implementing measures and instruments to give incentives for their entrepreneurial spirit, competitiveness, technological development and internationalization. The Agency has affirmed itself as an Intermediary between the business circles and the government administration as far as the implementation of initiatives leading to the success of the Bulgarian enterprises.



During the international exhibition BULMEDICA / BULDENTAL / DERMA & AESTHETICS Mr. Ivaylo Ivanov, Managing Director of Inter Expo Center (right), recognized BSMEPA's efforts in promoting international exhibitions and events in the context of COVID-19 with a certificate

In 2020 the Bulgarian SMEs have faced serious challenges. The economy shrank globally BSMEPA has introduced new government services and measures in order to support enterprises in a state of emergency. BSMEPA created and launched an online information platform, offering useful and practical economic information related to the pandemic from the government institutions about

the financial stimuli

for the business and BSMEPA's measures for the technological development, and the internationalization of the enterprises, analyses and others, which are beneficial for the Bulgarian SMEs. The platform has been highly appreciated by the European clearing house as an example of a good business practice at EU level.

The online platform has become an actively sought information tool which motivated the BSMEPA's team in partnership with the Fund of funds to transform and upgrade the platform in "SME's Advisor".

The voucher scheme

is a flexible tool, implemented by BSMEPA supporting the technological development of the enterprises regarding provision of services for information and communication technologies. The aim is to help the recovery of the enterprises as soon as possible. In the end of 2020, after careful assessment of the enterprises were provided 450 number of vouchers in support of the companies.

The National innovation Fund is one of BSMEPA's main instrument, whose aim is to stimulate the integration of new technologies, products, processes and services. In 2020, BSMEPA held its "Eleventh Competition Session of the National Innovation Fund", and in the end of the year 25 contracts were successfully approved and a grant amounting to 7 million BGN. BSMEPA initiated the establishment of

the Export Hub Bulgaria

in cooperation with 15 other entities, among which the nationally represented employers' organisations and business associations. The aim is to help the

The crisis as an opportunity

Recommendations from PhD Boyko Takov, Executive Director of BSMEPA



Bulgarian enterprises in their market entry abroad and in their search for new business partners. Under the patronage of “The Export Hub Bulgaria”, a wide range of bilateral online and real business forums have been organized as well as business meetings. In the end of 2020 EXPO1 training programme was prepared, helping 15 Bulgarian enterprises in their efforts regarding internationalization.

Traditional measures, implemented by BSMEPA in support of the internationalization are the international events: national participation in international trade shows in the country and abroad, bilateral and international business forums and conferences, brokerage events, business meetings etc. In the conditions of the introduced restrictions in Bulgaria and abroad due to the pandemic, the Agency managed to adopt methods and forms of organisation, and got accustomed to a complete digital way of work. BSMEPA organized many

virtual business forums

with B2B meetings in cooperation with foreign partner organisations, participation in digital international exhibitions, which facilitated direct contacts between the participants.

After the ratification of the National Assembly in October 2020, BSMEPA has become a full-right member of The International Network for Small and Medium

- **The flexibility and the ability to adapt are of vital importance.** The right guidelines now will determine the destiny of many companies in the future.
- **Right control over the expenses.** When there is an instability on the international markets, the purchasing power decreases and the crisis deepens, the enterprises start to reorganise their agendas and to minimize the costs according to their priorities.

Sized Enterprises-INSME and of the European Trade Promotion Organisations' Association. The membership in these organisations creates an opportunity for sharing and an exchange of High Level world and European experience in the implementation of measures in support of the national business.

In 2020 the Agency has organised many specialized webinars, with the participation of leading international experts. BSMEPA organized

a survey among the Bulgarian enterprises

focusing on their needs and entrepreneurial trainings. Based on the conducted analysis the most popular topics stood out: digital

- **Close to customers.** In these times almost everybody faces challenges and each enterprise has to pay special attention to its current customer base.
- **Check your suppliers.** Make sure how reliable the deliveries are and whether there will be a change in the expenses and the prices.
- **Seek diversification.** Make sure you have an alternative supplier and an alternative way to find new clients.
- **Find new opportunities for new products and services.** The pandemic has an impact on the demand. Think in a creative and unconventional way and change the supply.
- **Use the digital platforms and channels in a more efficient and successful way.**
- **The online events are a good channel for finding new contacts, clients and business partners.**
- **Invest in the qualification of your employees.** The capable and competent employees are the key for the development of every business.

marketing, digital brand value and brand promotion, opportunities for business financing, finding and attracting investors etc. BSMEPA supported a wide range of business projects, innovative initiatives and contests of Bulgarian partners such as: DaretoScale, Inspiring 5, Career show 2020, “The big small”, „Successful together/ Develop your business online and others.” etc.

The enterprises seek and count on BSMEPA for support, because they are certain in the success of our promotional services, instruments, tools, schemes and measures. The latter proved with real, measurable results their contribution to the development of the Bulgarian business.

Иван Чернев

В условията на криза **KAUFLAND** България даде старт на свои стратегически проекти



Иван Чернев е изпълнителен директор на Kaufland България

Ivan Chernev is the Executive Director of Kaufland Bulgaria

Covid-19 ни даде много нови уроци и затвърди неща, които винаги сме знаели. За пореден път се убедихме, че кризите не могат да бъдат предвидени и не са под наш контрол. Но начинът, по който се справяме с тях, зависи изцяло от нас. Търговията е изключително динамичен сектор, в който всеки ден работим в условията на криза – защото „криза“ означава остър недостиг, а в търговията постоянно нещо не достига. Времето никога не достига. Понякога не достигат определени стоки, друг път количества. Затова сме се научили да сме гъвкави и да реагираме адекватно в кризисни ситуации.

Пандемията играе ролята на стрес тест, който подлага на оценка устойчивостта на държави и компании по целия свят. Тестът продължава, за да оцени

как управляваме рисковете

и как те въздействат върху обществените системи и бизнес процесите. При нас тестът доказва стабилността ни. Kaufland България успя да покаже, че бизнесът ни е с ключова роля за обществото. Докажахме, че сме отговорен партньор на институциите и на всички наши партньори по цялата верига на доставка. Нашият екип остана на първа линия в извънредното положение и продължава да е на мястото

си, за да имат всички достъп до храна и продукти от първа необходимост. Показахме, че Kaufland България е сред най-стабилните работодатели. Защитихме нашите над 6000 служители, не направихме съкращения, дори напротив –

инвестирахме над 5 млн. евро в повишаване на заплатите

Запазихме обученията и здравни програми, за които годишно инвестираме около 1 млн. лева. За нас Covid-19 е тест и за изцяло нови начини на работа – реорганизирахме логистичните си процеси, за да предпазим служителите си от вируса, без да губим ефективност.

Нашите рафтове не само не останаха празни, но и нито за миг не направихме компромис със свежестта и качеството на предлаганите от нас продукти. Във времето на пандемията дадохме старт на стратегически проекти – нашата първа собствена национална линия продукти „Брей!“ и собствената ни марка прясно месо „Шеф Месар“ с гарантирано качество от TÜV Nord България. Убедихме се колко смислени са били инвестициите ни в партньорствата с българските производители и доставчици. Кризата даде импулс на проекти, които обмисляхме

“
Добро планиране,
бърза реакция и
запазване на
самообладание – това
е печелившата
стратегия за
справяне
с кризи
”

– като проекта за онлайн доставка. Вече предлагаме близо 2000 продукта онлайн и ще увеличаваме асортимента.

Новата реалност ни сплотява и мобилизира допълнително. В нея ще продължим да доказваме, че Kaufland България е

лидер в грижата за хората

– стабилна и отговорна компания, на която и служители, и клиенти, и производители могат да разчитат. Затова Kaufland няма да спре да инвестира в своя екип и да работи със съзнанието за огромната отговорност към клиентите. Ще продължим да посрещаме техните нужди и изисквания – като осигуряваме първокласно качество на асортимента и в обслужването, като адаптираме ценовите си предложения така, че всички да могат да си позволят необходимите продукти според възможностите им, но без компромис с качеството. В същото време продължаваме да прилагаме пакет от мерки, които гарантират здравето и безопасността на хората, за което получихме и международен сертификат TÜV AUSTRIA COVID Shield. Той удостоверява отлично ниво на мерките за безопасност, хигиена и превенция в условия на COVID-19.

In times of crisis, **KAUFLAND** Bulgaria has launched a number of strategic projects

COVID-19 has taught us many new lessons and reinforced things we have always known. Once again, we have become convinced that crises cannot be predicted and are not under our control. But the way we deal with them is entirely up to us. Trade is an extremely dynamic sector, in which we work every day in a crisis environment - because "crisis" means an acute shortage, and in trade something is constantly lacking. Time is never enough. Sometimes certain goods are missing, other times quantities are not sufficient. That is why we have learned to be flexible and to respond adequately in crisis situations.

The pandemic plays the role of a stress test that measures the resilience of countries and companies around the world. The test goes on to evaluate

how we manage risks

and how they affect social systems and business processes. In our case, the test proved our stability. Kaufland Bulgaria managed to show that our business plays a key role in society. We have proven that we are a responsible partner of the institutions and of all our partners along the entire supply chain. Our team has remained at the forefront during the state of emergency and is still in place, so that everyone has access to food and essential products. We have shown that Kaufland Bulgaria is among the most stable employers. We have protected our more than 6,000 employees, we have not made any cuts, on the contrary -

we have invested over EUR 5 million in salary increases

We have preserved training and health programs, for which we invest about BGN 1 million annually. For us, COVID-19 is also a test for implementing completely new

Proper planning, fast response and good self-control - this is the winning strategy for dealing with crises.



ways of working – we have reorganized our logistics processes, in order to protect our employees from the virus without losing efficiency. Our shelves not only have not remained empty, but we have not compromised for a moment with the freshness and quality of our products. During the pandemic we have launched a number of strategic projects - our first own national product line "Breil", as well as our own brand for fresh meat "Butcher Chef" with guaranteed quality from T V Nord Bulgaria. We saw how meaningful our investments were in the partnerships with Bulgarian manufacturers and suppliers. The crisis has given impetus to some projects we have been considering, such as the one for online deliveries. We are already offering nearly 2000 products online and we plan to increase the range.

The new reality further unites us and makes us even more mobilized. In these times, we will continue to prove that Kaufland

Bulgaria is

a leader in caring for people

- a stable and responsible company that employees, customers and manufacturers can count on. Therefore, Kaufland will not stop investing in its team and operating with the huge responsibility to our customers in mind. We will continue to meet their needs and requirements by providing first-class quality of our product range and service, by adapting our pricing, so that everyone can afford the necessary products according to their means, but without compromising on quality. We will continue our strong collaboration with Bulgarian manufacturers and suppliers. At the same time, we continue to implement a package of measures that guarantee the health and safety of people, for which we have received the international certificate TÜV AUSTRIA COVID Shield. That certificate attests to the excellent level of safety, hygiene and prevention measures against COVID-19.

Пандемията предизвика бърза трансформация, която накара бизнеса да се пита „А сега накъде“. Накъде наистина да вървят компаниите?

Пандемията постави на изпитание всеки бизнес. Пред едни обаче тя разкри големи възможности, а други трябва да положат повече усилия и креативност, да погледнат от нов ъгъл на бизнеса си, за да решат как по нов начин да продължат. Много малки и средни компании дори не могат правилно да оценят ситуацията, в която се намират. Консултантът Неви Коева става наш навигатор:

Хора – технологии – клиенти: това са трите опорни стълба на всяка компания. Сега повечето хора и бизнеси са обвъркани и затворени в себе си. Те няма как навреж да решат всичките си проблеми и е добре да изберат върху какво да се фокусират. Онзи, който излезе от черупката си и започне

активна комуникация с клиентите

ще изгради актуалната си клиентска база. Бизнесът трябва да намери начин да поддържа жива връзка с тези, към които са насочени неговите продукти и услуги, дори и да не продава тук и сега. В момента, в който клиентите са готови да купят, те с най-голяма вероятност ще се обърнат към него. Хората нямат сигурност в доходите си занаят и станали по-пестеливи в разходите. Как тогава да се преборим за техните пари? Печели онзи, който намери верния за своя бизнес отговор.

Кризата ни даде

важен урок

Да са научим да работим с материала, с който разполагаме. В тези времена на голяма несигурност най-важни са повтарящите се продажби от убедени клиенти, те въртят оборота. Но е добре да имаме комуникация и с потенциалните си клиенти.

В момента всичко твърде динамично се променя. Това, което ще помогне на малките и средните предприятия в тази трудна



Дигитализация - другото име на промяната

ситуация, е

да преместят фокуса

си върху клиента, вместо фирмата и нейното ръководство напразно да се взира в себе си и своите текущи проблеми, възникнали от новите нагласи и променното потребление. Казано по друг начин: Влюби се в клиента, а не в продукта! Именно според клиентското търсене трябва да изберем продукта и услугата, които ще произвеждаме или предлагаме отпък насетне. Може би е дошъл моментът да се откажем от неща, които дълго сме ги произвеждали. Има фабрики и предприятия, които продават морал-

но остарял асортимент, за който няма търсене. И една от ролите на собственика или на бизнес лидера на компанията е стратегическият маркетинг. Негова е задачата да избере какво да се произвежда, какъв да е фокусът на бизнеса. Той трябва да намери онова, за което ще има търсене, да го осигури и да го предложи на пазара.

Пандемията спря личния контакт, което

промени пътя на парите

Затова контактите трябва да бъдат дублирани. Covid-19 кара бизнеса да се дигитализира. Ето защо дигитализация е другото име на промяната, в която вече сме въввлечени! Тя обхваща вътрешнофирмените процеси, но засяга отношенията с клиентите. Сегашната криза ни даде и още един урок: Винаги да имаме план Б.

Докато мотото в тази непрестанна промяна беше „Промени се или умри“, сега то се трансформира в „Дигитализирай се или това е твоят край“. Не го ли направите навреме, просто пазарът ще ви погуби. Той ще ви отхвърли и ако не следите внимателно пулса на пазарното търсене.

ПЕТТЕ НЕИЗМЕННИ СЪПКИ ВЪВ ВСЕКИ БИЗНЕС

1. Привличане на клиенти
2. Превръщането на клиентите в реални клиенти
3. Доставка на продукта

- или услугата
4. Загържане на клиентите
5. Паричният поток, формиран от предишните 4 стъпки



THE FIVE CONSTANT STEPS IN ANY BUSINESS

1. Attracting clients
2. The transformation of clients into actual clients
3. Delivery of the product or service
4. Client retention
5. The cash flow formed by the previous 4 steps

and its management to stare in vain at themselves and their current problems

arising from new attitudes and changed consumption. In other words: Fall in love with the client, not the product! It is according to client demand that we must choose the product and service that we will produce or offer from now on. Maybe it's time to give up things we've been producing for a long time. There are factories and enterprises that sell obsolete assortment for which there is no demand. And one of the roles of the owners or business leaders of the company is strategic marketing. Their task is to choose what to produce, what is the focus of the business. They need to find what there demand is for, secure it and market it.

The pandemic stopped personal contact, which

changed the path of money

Therefore, contacts must be duplicated. COVID-19 is driving business to digitization. That is why digitalization is the other name for the change we are already involved in! It covers internal processes, but affects client relationships. The current crisis has taught us another lesson: Always have a Plan B.

Quite recently, the motto in this constant change was „Change or die“, now it is transformed into „Digitize or this is the end for you“. If you don't do it on time, the market will simply ruin you. It will reject you even if you do not closely monitor the pulse of market demand.

Digitization - the other name for change

The pandemic has put every business to the test. However, it opened up great opportunities to some, while others need to put more effort and creativity, to look from a new angle at their business, so as to decide how to continue in a new way. Many small and medium-sized companies cannot even properly assess the situation in which they find themselves. The consultant Nevi Koeva became our navigator:

People - technology - clients: these are the three pillars of any company. Now most people and businesses are confused and closed up. They can't solve all their problems at once and it's good to choose what to focus on. Those that come out of their shells and start

active communication with clients

will build their current client base. The business must find a way to keep in touch with those to whom its products and services are directed, even if it does not sell here and now. The moment clients are ready to buy, they are most likely to turn to it. People are no longer sure of their

The pandemic caused a rapid transformation that made businesses wonder „Where to now?“ Where should companies really go?

income in the future and have become more cost-saving. How then to fight for their money? The winners are the ones who find the right answer for their business.

The crisis has given us

an important lesson:

Let's learn to work with the material we have. In these times of great uncertainty, the most important are the repeated sales by convinced clients, they turn the turnover. But it is good to have communication with our potential clients.

At the moment, everything is changing very dynamically. What will help small and medium-sized enterprises in this difficult situation is

to move their focus

on the client, instead of the company

КМЕТА.BG

ГАБРОВО, ЛОВЕЧ И
КОСТЕНЕЦ СА ПОБЕДИТЕЛИ
В „КМЕТ НА МЕСЕЦА“

НАМАЛЕЛИ СМЕ
С 1,5 МЛН. ДУШИ
ЗА 30 ГОДИНИ

КМЕТА.bg

ВЕСТНИКЪТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ

Разпространява се безплатно
БРОЙ 6 (66) / ЮНИ 2021 г.

ИНТЕРВЮ ▶ 10-11



ИВАН АЛЕКСИЕВ:
УСПАХМЕ ДА
ВЪРНЕМ ПОМОРИЕ
НА ТУРИСТИЧЕСКАТА
КАРТА

Държавните болници с 600 милиона дълг

ПАНДЕМИЯТА ИЗОСТРИ ПРОБЛЕМИТЕ В ЗДРАВЕОПАЗВАНЕТО

Нина АЛЕКСАНДРОВА

Дълговете на болниците не намаляват, напротив, достигат рекордни величини. За здравеопазването в България може да се съди и по финансовото състояние на лечебните заведения. Около 600 млн. лв. са ни задължените общинските и държавните болници, които са малко над

50% от всички лечебни заведения в страната. Това каза пред kmeta.bg адвокат Свилен Димитрова, председател на Българската болнична асоциация (ББА). Държавата ги е субсидирала през годините, за да няма закриване на лечебни заведения, но закриване на лежачи места, това води до още по-тежки проблеми, а задълженията се трупат.

от нашия джоб, защото тези болници се финансират от бюджета, а той се пълни с нашите данъци. Пътят към по-качествени медицински услуги минава през по-ефективна система изобщо. Разкриващи водещи софийски болници, а по-неприятното е, че голяма изненада за започналата системата", коментира а

трома. За общинските лечебни заведения може да се каже, че са в състояние на фалит от години. Задължения се трупат и към персонала, и към кредиторите. Има болници, които дават трети заплати. Лечебните заведения предупреждават за

ИЗБОРИ 2021 ▶ 6



МАШИННОТО
ГЛАСУВАНЕ –
ПОЧТИ ВЪЗМОЖНО

SMART ▶ 15

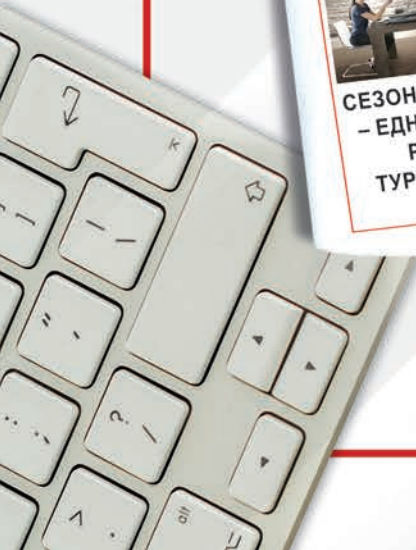
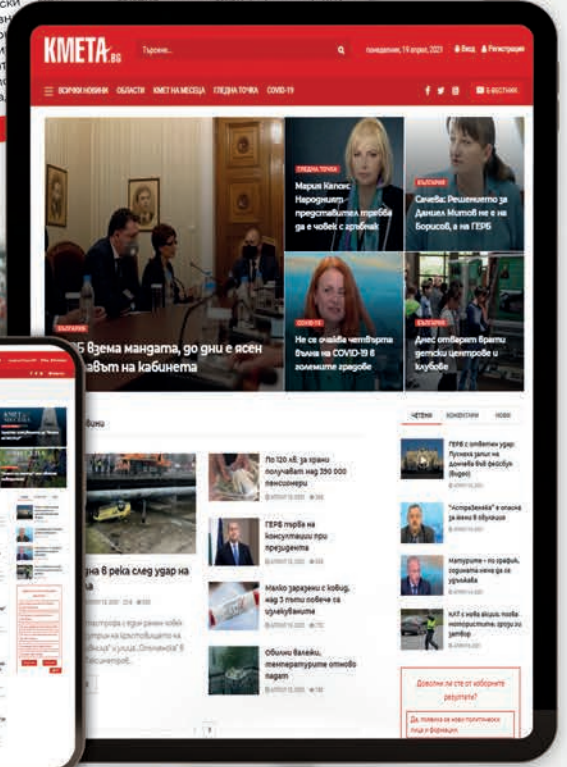


СЕЗОННИТЕ ОФЕРТИ
– ЕДНА ПОДАДЕНА
РЪКА КЪМ
ТУРИСТИЧЕСКИЯ
БРАНШ

ЮБИЛЕЙ



В Пункт за базиране – Варна с екипа на 70-годишния си оп създале немалки сили контраадмирал Кирил Михалев





YOUR PREFERRED PARTNER FOR CONTAINERIZED CARGO IN BULGARIA

- 67% growth in cumulative traffic for the last 5 years
- 30% growth in the container traffic for the last year alone
- 28% increase in Jan-Jun 2020 compared to Jan-Jun 2019

BMF Port Burgas is a private port operator of Port Terminal "Burgas East II" and Port Terminal "Burgas West" - parts of national public Port Burgas.

WWW.NAVBUL-PORTBURGAS.COM

The Container Terminal of BMF Port Burgas marks an impressive development in the last few years. Infrastructural renovation, equipment modernization and operational optimization welcome new cargo flows to the Burgas Port Complex. Service efficiency and commercial flexibility make BMF Port Burgas a preferred partner for the containerized cargo in Bulgaria.

WWW.ACTBURGAS.BG



Няколко месеца промениха Лесафр България, както никога досега

- Госпожо Писарска, какво направихте, когато разбрахте, че държавата „затваря“ заради пандемията?

- Веднага си помислих за две основни неща – клиентите и екипа... Лесафр доставя мая за хляб и суровини за хлебопроизводството. Без тях не може да се произвежда хляб, а той е основна храна в България и в периоди на криза неговата липса е синоним на „глад“. Не допуснахме на никого тук такава мисъл дори да му мине през главата.

- Какви действия предприехте?

- Събрах целия екип на Лесафр България онлайн. Бяхме наясно какво трябва да направим, защото компанията ни периодично прави подготовка за кризисни ситуации. Имахме кризисен щаб още преди затварянето и постоянно следяме и анализирахме хода на заявките и запитванията за извънредни доставки от хлебозаводи, дистрибутори и супермаркети. Продължаваме така и до днес.

- Какво се случи?

- За няколко дни заявките към нас се удвоиха, станаха дори три пъти по-големи и непрекъснато се променяха. Имаме перфектна комуникация и това много ни помогна да се справим буквално за няколко часа, но имаме и огромна корпорация зад нас, чиито експерти следят най-добрите практики по света.

- Бързите мерки, които ви помогнаха да се справите?

- Виртуалният офис и ежедневните срещи с екипа онлайн вече са част от бизнеса ни, всеки от нас в реално време може да споделя и коментира. Готови сме да поемем всички предизвикателства и знаем как да оперираме. Сега кризисният щаб има постоянен достъп до клиентските



Венета Писарска, управител на Лесафр България
Veneta Pissarska, executive manager of Lesaffre Bulgaria Ltd.

заявки, следи се движението на камионите от нашите заводи в Унгария, Турция,

Австрия и Хърватска, преминаването на стоките през граници и достигането до клиентите в необходимите срокове. Всеки ден, всеки час!

- Настъпиха ли промени в екипа?

- Екипът на Лесафр България е в същия състав, но тези няколко месеца ни промениха както никога досега. В това време израснах-

„
Издържахме сложен тест, но вероятно предстоят още по-големи изпитания. Готови сме за тях!
“



ме като екип, като хора и като лидери.

- Кои са уроците, научени от пандемията, които според вас са приложими при всяка извънредна ситуация?

- Необходима е бърза професионална реакция без стрес и колебания. Но преди това е нужна сериозна подготовка и разиграване на симулации на подобни ситуации. Ние добре си научихме уроците. Сега, след като мина толкова време от началото на пандемията, Лесафр България е разпознаваема не просто като доставчик на продукти за хлебопроизводството, част от голяма международна структура, а по-скоро като надежден партньор, който е до клиентите си и винаги им подsigурява безпроблемна работа.

- Офисът и дистанционната работа - коя е вашата работеща формула за развитие на екипа и на бизнеса в новата реалност?

- Виртуален офис, виртуален пекарски център и постоянна близост и работа с клиентите. Бърза комуникация и още по-голяма прозрачност в работата ни с партньори и клиенти. Простички неща, които искат страхотна дисциплина и точност. Нищо повече.

- Посланието, което искате да направите чрез това издание? Или мисъл, която да отвори хоризонта на сетивата ни?

- Има, да. Нашите мисли, мислите на екипа и грижата ни хората в България да не останат без хляб. Издържахме сложен тест, но вероятно предстоят още по-големи изпитания. Готови сме за тях!



ПРАВИМ ХЛЯБА ГОЛЯМ

Veneta Pissarska

A couple of months changed Lesaffre Bulgaria like never before

- Ms. Pissarska, what did you do when you learned that the country was preparing to “shut down” because of the pandemic?

- Two main concerns immediately came to my mind – the clients and the team... Lesaffre supplies baker's yeast and bread-making ingredients. Bread production would be impossible without them and bread is a staple food in Bulgaria, the lack of which in times of crisis is synonymous with “hunger”. We did not even allow this thought to cross the minds of the members of our team.

- What actions did you take?

- I gathered the entire team of Lesaffre Bulgaria online. We knew what we had to do as the company periodically develops and enacts crisis management plans. We had established a crisis response team even before the lockdown and we were constantly monitoring and analyzing the orders and inquiries for extraordinary deliveries sent by baking plants, distributors and supermarkets. We have continued to do so to this day.

- What happened then?

- Over a couple of days the orders we received doubled and even tripled in volume and continued to change all the time. We have had perfect communication and that helped us immensely to deal with the situation in literally a matter of hours, but we also have a huge corporation supporting us, whose experts follow the best practices in the world.

- What rapid measures helped you to deal with the situation?

- Our virtual office and daily online meetings with the team have already

become a part of our business model, allowing every member of the team to share and make comments in real time. We are ready to face any challenge and we know how to operate. Currently, the crisis response team has been given constant access to the client orders, monitoring the movement of our trucks from the plants in Hungary, Turkey, Austria and Croatia, through the customs control, ensuring the delivery of products to our clients in a timely fashion. Every day and every hour!

- Have there been any changes in your team?

- The members of the team of Lesaffre Bulgaria have remained the same, but these couple of months changed us like never before. We grew stronger as a team, as people and as leaders.

- What lessons that the pandemic has taught you would be applicable in any emergency situation?

- It is necessary that people respond in a timely and professional manner, avoiding any stress and hesitation. However, prior to that, it is important to ensure that there is serious preparation in place and that exercises have been conducted to simulate analogous situations. We learned our lessons. Now, after so much time

has passed since the beginning of the pandemic, we at Lesaffre Bulgaria are no longer recognized merely as suppliers of bread-making products and a part of a large international organization, but even more importantly, as reliable partners that stand by our clients and provide them with smooth and unimpeded services.

- The office and remote working – what is your working formula for team and business development in this new reality?

- A virtual office, a virtual baking center and constant close cooperation with our clients. Fast communication and even greater transparency in our work with partners and clients. Simple things that require supreme discipline and punctuality. Nothing more.

- Any message you would like to convey through this publication? Or a thought that can broaden the horizon of our senses?

- Yes, there are some. Our thoughts, the thoughts of the team and the care we took to ensure that people in Bulgaria would not be left without bread. We successfully passed a difficult test, but there are probably even greater challenges lying ahead. We are ready to meet them!

We successfully passed a difficult test, but there are probably even greater challenges lying ahead. We are ready to meet them!

www.lesaffre.bg

Помагаме на бизнеса да ускори своята дигитална трансформация

- Господин Димчев, кое е първото, което направихте, когато разбрахте, че държавата „затваря“ заради пандемията?

- Работейки в мултинационална среда в 24 държави, първата ни грижа беше да помислим за безопасността на нашите служители, партньори, клиенти, медицинските специалисти, работещи в помощ на най-нуждаещите се, както и за всички хора, засегнати от пандемията.

- Какъв план за действие начертахте?

- Като ръководство, ние събрахме всички екипи, които работят с ключови клиенти с критично важни бизнеси във всички сектори на икономиката, за да създадем план, който да гарантира безопасността на нашите служители и едновременно с това да запазим очакванията на нашите клиенти и партньори за качествено обслужване.

Основна цел беше да разберем как можем да помогнем и да подкрепим бизнеса, като споделим с организациите добрите практики за дистанционна работа.

- Какви стратегически ходове предприехте?

- В безпрецедентна ситуация като тази бизнес решенията трябва да бъдат бързи и гъвкави. Основният ни фокус беше да се съсредоточим върху здравето и благосъстоянието на общностите, в които работим, и да предоставим технологии, съвети и ресурси на нашите клиенти и партньори, за да им помогнем да са максимално продуктивни в условия на дистанционна работа.

- Как бизнесът ви устоя в този труден момент?

- Мисията на Microsoft е да даде възможност на всеки човек и всяка

“
Правителствата и бизнес страните, които са по-напреднали в дигитализацията, са по-малко засегнати от кризата. Те може да очакват и по-бързо икономическо възстановяване
”

организация на планетата да постигат все повече и повече. Дигиталната трансформация ни помага да бъдем устойчиви на много кризи. Също така важно е да спомена, че работя с екипи от различни националности. Дистанционната работа не е нова за нас. Вече свикнахме да работим ефективно с платформи като MS Teams, които ни позволяват да имаме безпроблемен работен поток: да си сътрудничим, да споделяме документи, да участваме във видеосрещи. Затова през пролетта на 2020 г. взехме решение да помогнем на бизнеса да ускори дигиталната си трансформация в много индустрии и сектори и да се трансформира в рамките на месеци, което обикновено отнема години.

- Бързите мерки, които ви помогнаха да се справите?

- Като компания стартирахме глобална безплатна инициатива на Microsoft, LinkedIn и GitHub, която ще помогне на 25 милиона души в световен мащаб да придобият дигитални умения. В България повече от 18 000 души се възползваха от тази възможност да се самообучават и да развиват цифровите си познания.



Тези умения са ключови за устойчивото развитие на бизнесите във всеки един сектор.

- Настъпиха ли промени в екипа?

- Нашият екип е изправен пред предизвикателствата, които стоят и пред всеки друг екип, работещ дистанционно. Успяхме да запазим работните места и да направим най-доброто за нашите служители, за да се чувстват добре, да бъдат продуктивни и удовлетворени в новите условия на труд.

- Какъв месец се оказа Covid-19 за вашата компания, за сектора, в който работите, за България и за света?

- Нашата компания е силно убеждена, че за да стимулираме устойчив растеж, иновации и създаване на работни места в обществото и бизнеса, е много важно да имаме дигитална стратегия, подкрепена от съвременни цифрови инструменти, умения и инфраструктура. Настоящата ситуация показва, че правител-



Калин Димчев е изпълнителен директор на Майкрософт България и отговаря за всички кълтри мениджъри от региона CEE Multi-country, който включва 24 гържави.

ствата и бизнес страните, които са по-напреднали в стратегията и подготовката си в своята дигитална програма, са по-гъвкави и по-малко засегнати от кризата, като в същото време може да очакват и по-бързо икономическо възстановяване.

- И когато заговорим с езика на числата...

- Ще отбележим, че след старта на дистанционното обучение интересът към платформата Teams е огромен и се използва в цялата страна. До момента над 30 000 учители са преминали необходимите обучения. Също така Microsoft в партньорство с LinkedIn и GitHub стартира кампания в обществена полза, чиято цел е да помогне на 25 милиона души по света да добият дигитални умения, нужни за новата икономическа реалност. В България от тази възможност вече са се възползвали над 18 000 души. Важен факт е, че Microsoft развива дейност в България от повече от 20 години и разчита на стотици партньори в страната.

През погледа на Калин Димчев

НОВИЯТ ТРЕНД

- В тази постоянно променяща се среда гъвкавостта и адаптивността на бизнеса е най-важната част от успеха.
- Във всяка индустрия се забелязва нуждата от трансформация. В момента на подобна нестабилност за организациите е добре да правят планове и да пристъпват към решения, насочени към тяхната дигитална зрялост, които намаляват рисковете за бъдещото им развитие.
- Облачните технологии помагат да работим дистанционно, да се обучаваме, да взаимодействаме в трудна среда, да поддържаме бизнеса в ситуации от непредвидим характер, помагат при разработването на нови продукти в най-различни сфери. Необходими са и при предоставянето на услуги в критични за живота области, като здравеопазването.
- На практика всеки сектор е засегнат от технологичната промяна. Пандемията просто я ускори и разшири „сценариите“, в които технологиите се използват. Това е устойчив тренд, който ще продължи и ще подтикне редица бизнеси да се възползват от новостите в облачните технологии и изкуствения интелект.
- Двигател на промяната е и един невидим ресурс, с който разполагаме - растящият обем на данните, които се генерират в безлимитни обеми.
- Ако всеки умело използва данните в своя бизнес, има шанс да е сред лидерите по иновации.
- Компаниите, които са най-адаптивни към сегашната промяна, ще преначертаят бъдещето на сферата, в която те се развиват.

We Help Businesses Accelerate Their Digital Transformation

- Mr. Dimtchev, what was the first thing you did when you found out that the state was going into “lockdown” because of the pandemic?

- Working in a multinational environment in 24 countries, our first concern was to think about the safety of our employees, partners, customers, medical professionals working to help those most in need, as well as about all people affected by the pandemic.

- What action plan did you prepare?

- As a management, we brought together all teams working with key customers with critical businesses in all sectors of the economy to create a plan to ensure the safety of our employees while maintaining the expectations of our customers and partners for quality service.

The main goal was to understand how we can help and support the business by sharing good practices for remote work with the organizations.

- What strategic moves did you make?

- In an unprecedented situation like this, business decisions need to be fast and flexible. Our main goal was to focus on the health and well-being of the communities in which we operate and to provide technology, advice and resources to our clients and partners to help them be as productive as possible under the conditions of remote work.

- How did your business manage to cope during this difficult time?

- Microsoft's mission is to enable everyone and every organization on the planet to achieve more and more. Digital transformation helps us to withstand many crises. It is also important to mention that I work with teams of different nationalities. Remote work is not new to us. We are already used to working effectively with platforms like MS Teams, which allow us to have a seamless workflow: to collaborate, to share documents, to participate in video meetings. Therefore, in the spring of 2020, we decided to help businesses accelerate their digital transformation in many industries and sectors and transform within months, which usually takes years.

- The quick actions taken that helped you cope?

- As a company, we have launched a

global free initiative of Microsoft, LinkedIn and GitHub, which will help 25 million people worldwide to acquire digital skills. In Bulgaria, more than 18,000 people took advantage of this opportunity to self-educate and develop their digital knowledge. These skills are key to the sustainable development of businesses in any sector.

- Have there been any changes in the team?

- Our team faces the same challenges as any other team working remotely. We have managed to keep jobs and do the best we can to make our employees feel good, be productive and satisfied in the new working conditions.

- What kind of test did COVID-19 turn out to be for your company, for the sector in which you work, for Bulgaria and for the world?

- Our company is strongly convinced that in order to stimulate sustainable growth, innovation and job creation in society and business, it is very important to have a digital

strategy supported by modern digital tools, skills and infrastructure. The current situation has shown that governments and businesses that are more advanced in strategy and training in their digital agenda are more flexible and less affected by the crisis, while also expecting a faster economic recovery.

- And speaking in numbers...

- We should note that after the start of distance learning, the interest in the Teams platform is huge and it is used throughout the country. So far, more than 30,000 teachers have received the necessary training. Microsoft, in partnership with LinkedIn and GitHub, has also launched a public benefit campaign to help 25 million people worldwide acquire the digital skills needed for the new economic reality. In Bulgaria, more than 18,000 people have already taken advantage of this opportunity. An important fact is that Microsoft has been operating in Bulgaria for more than 20 years and relies on hundreds of partners in the country.

Through the eyes of Kalin Dimtchev

THE NEW TREND

- In this ever-changing environment, business flexibility and adaptability is the most important part of success.
- There is a need for transformation in every industry. In times of such instability, it is good for organizations to make plans and take decisions aimed at their digital maturity which reduce the risks for their future development.
- Cloud technologies help to work remotely, to learn, to interact in difficult environments, to support business in unpredictable situations, to help in the development of new products in various fields. They are also needed in the provision of services in vital areas, such as healthcare.
- Virtually every sector is affected by the technological change. The pandemic has simply accelerated it and expanded the “scenarios” in which technology is used. This is a sustainable trend that will continue and encourage a number of businesses to take advantage of innovations in cloud technology and artificial intelligence.
- The driver of change is one invisible resource that we have - the growing amount of data that is generated in unlimited volumes.
- If everyone uses data in their business efficiently, they have a chance to be among the leaders in innovation.
- The companies that are most adaptable to the current change will redraw the future of the field in which they are developing.

“

Governments and businesses that are more advanced in digitalisation are less affected by the crisis. They can also expect a faster economic recovery.

Kalin Dimtchev is Country Manager of Microsoft Bulgaria, and Country Manager Lead for the CEE Multi-Country region which includes 24 countries

Ваня Манова: Дигиталните иновации вече не са лукс, а необходимост

2020 е годината, в която всичко „застина“, но парадоксално тя е и една от най-динамичните за всеки от нас. Като иновативна компания, с голямо влияние в икономическия и технологичния растеж в цял свят, Mastercard осъзнава отговорността, която има – към бизнеса, към обществото и към собствените си служители. Някои бързи решения трябваше да бъдат взети, дори с цената на поставените финансови цели в началото на 2020, защото има времена за продажби и ръст, но има времена, в които най-големите трябва да се погрижат за по-малките.

Бърза помощ за малкия и средния бизнес:

Новите условия изискват нова гледна точка и мобилизация на най-доброто от нашите ресурси. Пример за това е услугата „Личен асистент“, която адаптирахме в публично-частно партньорство с ИАНМСП, направихме безплатна за всичките ни бизнес картодръжатели и насочихме изцяло в подкрепа на МСП - **Гореща линия „Подкрепа за малкия бизнес“**.

По време на изолацията, когато много компании трябваше да реорганизируют дейността си в алтернативни канали, а социалните мрежи като Viber набраха още по-голяма популярност, екипът ни разработи решение, чрез което малки магазини, ресторанти или производители, които нямат онлайн присъствие, без никакво усилие да започнат да продават стоките и услугите си във Vibe Market.

Дигитализацията „за една нощ“ носи и много рискове. Mastercard не само създава решения, но и работи за тяхната сигурност. Инвестираме в най-висока сигурност на пазара, като създаваме програми за оценка на киберриска както за големи, така и за малки компании.

“**Фокусът ни винаги е бил да помагаме за изграждането на по-свързан свят и в днешната среда това е по-важно от всякога**”

Отговорност към обществото:

Приоритет на Mastercard е да допринесе на локално ниво, да подпомага и включва засегнати групи хора и бизнеси посредством глобалните си възможности и технологии. Точно преди пандемията, заедно с правителството на Северна Македония стартирахме проект за имплементиране на **национална схема за дигитална идентификация** на населението. Така от 2021 г. гражданите ще могат да се идентифицират пред всички държавни и финансови институции, мобилни оператори и всеки друг бизнес, който изисква това, през своя мобилен телефон чрез единно ID.

В последните години инвестирахме много усилия в налагането на безконтактните плащания, а ето че вече сме в ситуация, в която те не са просто удобство, те помагат на хората да останат в безопасност и здрави. Увеличихме **лимита за безконтактно плащане от 50 на 100 лв.** А с някои решения, които разработваме с нашите партньори, навлизаме в нова ера в приемането на безконтактни плащания – скоро мобилният телефон ще се превърне в ПОС терминал и ще дава възможност на търговците за приемане и усвояване на парите незабавно.

Нашият безценен ресурс – хората:

Служителите на Mastercard правят компанията това, което е днес. Във време на несигурност на всички бе обещано, че няма да има съкращения, а компанията бе една от първите, която позволи работа извън офиса. Тяхната устойчивост и творчески подход към предизвикателствата е това, което ще ни помогне да дефинираме нови начини да помагаме на групите.

Vanya Manova: Digital innovation is no

2020 is the year when everything ‘froze’, but paradoxically one of the most dynamic ones for each and every one of us. As an innovative company with a global impact on the economic and technological growth, Mastercard is completely aware of the responsibility it has – to business, to society and to its own employees. Some quick decisions had to be made, even at the cost of the financial targets set in early 2020, because there are times for sales and growth, but there are also times when the biggest have to take care of the smaller ones.

Emergency help for small and medium business:

The new environment requires a new perspective and the mobilization of the best of our resources. An example of this is the ‘Personal Assistant’ service, which we adapted in a public-private partnership with BSMEPA, made available free of charge for all our

business cardholders and focused entirely on SME support – the ‘Small Business Support’ Hotline.

During the isolation, when many companies had to reorganize their activities into alternative channels, and social networks such as Viber became even more popular, our team developed a solution that allows small shops, restaurants or manufacturers who do not have an online presence, to start selling their goods and services in the Vibe Market with no effort at all.

The digitalization ‘overnight’ has many risks, as well. Mastercard not only develops solutions, but also works on their security. We invest in the highest security on the market by developing cyber risk assessment programs both for large and small companies.

Social Responsibility:

Mastercard's priority is to contribute locally, to support



**Ваня Манова
е мениджър на
Mastercard за
България, Северна
Македония, Албания
и Косово**

**Vanya Manova is
Country Manager
for Bulgaria, North
Macedonia, Albania
and Kosovo at
Mastercard**

longer a luxury, but a necessity

and involve affected groups of people and businesses, through its global capabilities and technology. Right before the pandemic, together with the government of the Republic of North Macedonia, we launched a project for implementation of a national digital identification scheme for the population. Thus, from 2021, citizens will be able to identify themselves to all government and financial institutions, mobile operators and any other business that requires this, through their mobile phone by a single ID.

In recent years we have invested many efforts on imposing contactless payments, and now we are in a situation in which they are not only a convenience, they help people to stay safe

“Our focus has always been supporting the development of a more connected world, and in today's environment this is more important than ever”

and healthy. We increased the contactless payment limit from 50 to 100 leva. And with some solutions we are developing with our partners, we are entering a new era in the reception of contactless payments - soon the mobile phone will become a POS terminal and will allow merchants to accept and acquiring money immediately

Our priceless asset – people:

Mastercard's employees make the company what it is today. In these insecure times, it was promised to all that there would be no redundancies and the company was among the first ones that allowed working from home. Their endurance and creative approach to challenges are what will help us define new ways to help others.



Д-р Цветелина Спиридонова

Действието е най-добрата защита срещу страха

- Д-р Спиридонова, кое е първото, което направихте, когато разбрахте, че държавата „затваря“ заради пандемията?

- Казах си: „Сега вече я втасахме“.

- Кои е първият служител, когото извикахте?

- Административния директор на болницата, за да изготвим план за функционирането на здравните заведения, които ръководим. След него повиках и юриста, за да ми разясни законите постановки. Към тях се прибави и финансовият директор, за да стъжни картинката допълнително.

- Какви стратегически ходове предприехте?

- Първата мисъл бе за разделяне на потоците на пациентите с вирусни заболявания от останалите. Така болница

„Хигия“ беше първата в страната, която имаше изнесен филтърен кабинет още на 16 март 2020 г., или точно три дни след обявяването на извънредното положение.

- Как устояхте?

- С много динамика, гъвкавост и историческа екипност. Налагаше се да вземаме решения с неясни последици, следвайки единствено и само интереса на пациентите. В крайна сметка, практиката отново показва, че ако всичко си направил добре за пациентите, и ти ще си добре. Всъщност това е и нашата работа.

- Бързите мерки, които ви помогнаха да се справите?

- На първо място разговорът, който беше проведен на всички нива в болничните ни заведения за необходимостта от пълна подкрепа и адекватност от

страна на всеки служител. Нашите служители не отстъпиха и крачка от задълженията си, въпреки страха. На второ място идва много ранното осигуряване на лични предпазни средства със собствени финанси. Може би бяхме една от първите болници с еднократни защитни екипи, като в един момент дори колегиално помагахме на софийски болници, които все още не се бяха снабдили с такива. На трето място, имахме познания за най-ранните протоколи за лечение на инфекцията и се бяхме подготвили с необходимите медикаменти още преди да стане ясно, че същите ще бъдат протокол в България. Ние имахме достатъчни количества тогава, когато в складовете вече отказваха да ги доставят. Именно тези три стъпки ни дадоха кураж в началото.

- **Настъпиха ли промени в екипа?**

- С вътрешна гордост ще споделя, че само четирима от моите служители отказаха да се включат в борбата с пандемията и да лекуват пациентите. И те вече не са мои служители.

- **Какъв тест се оказа Covid-19?**

- Пандемията се явява като сито. Нужните станаха още по-нужни, излишните отпаднаха, независимо за какво ниво на бизнес говорим. В хода на тази пандемия разбрахме, че има компании, служители и професии, без които не можем. Те са основни и занаятчийски именно в тях трябва да инвестираме и да ги пазим. Има и такива, чието отсъствие не се отразява съществено.

- **Как пандемията стана фактор в промяната на вашето мислене и действие?**

- За мен лично, на подсъзнателно ниво, това беше напрегащо, защото имаше много неизвестни, като в същото време трябваше да показвам увереност и решителност в действията. А това доста тежи. Но ме научи да правя краткосрочни планове, буквално в рамките на два-три дни. Например на 28 декември 2020 г. не знаех къде ще посрещам Нова година и неизвестността не беше драма. Това е последица от Covid-19.

- **Офисът и дистанционната работа - коя е вашата работеща формула?**

- Определено офиса. Когато присъствам, присъствам на 100% на мястото, на което съм, и личният ми контакт е много важен, дори и за да замеря някой служител, когато е прекалил.

- **Вашето виждане за развитие на екипа и на здравеопазването в новата реалност?**

- Медицината е много консервативна наука. И дистанционните практики навлизат по-бавно. Свидетели сме на революционни техники като роботната хирургия, но все пак личният контакт между лекар и пациент е водещ. Виждам развитието на екипа в награждаване, усвояване на нови терапевтични техники, миниинвазивност и най-вече подобряване на взаимоотношенията между лекар и пациент.

- **Кои са уроците от пандемията, приложими и при друга извънредна ситуация?**

- Всеки може да го е страх, но трябва да имаш кураж да не спиращ



Пандемията е сито.

Тя ни помогна да разберем, че има компании, служители и професии, без които не можем, и трябва да инвестираме в тях. Когато си начело на бизнес, не може да има неочаквани събития. Ако нещо се окаже фатално неочаквано, значи не си на мястото си.



*Д-р Цветелина Спиридонова, д.м.,
е изпълнителен директор на
МБАЛ „Хигия“ и
МБАЛ „Хигия-Север“*

да вървиш. Куражът означава, че нещо друго е по-важно от това да се страхуваш. Най-добрата защита срещу страха е действието.

- **Как да сме готови за неочаквани събития и как да не позволим срив при появата им? Може ли да спечелим от ситуации, когато всички са в паника?**

- Когато си начело на бизнес, не може да има неочаквани събития. Ако нещо се окаже фатално неочаквано, значи не си на мястото си. Не е нужно да печелим от ситуации, при които всички са в паника. Въроятно е ние да не изпадне в паника и да помогнем на тези, които са объркани. Това е достатъчно. И със сигурност може да ти донесе най-малкото морална печалба.

- **Светът не е какъвто беше. Как да правим бизнес и да растем на локал-**

ния, на регионалния и на глобалния пазар?

- Бизнес се прави по един начин – да работиш и повече хора да имат нужда от работата ти. Болничният бизнес в България трябва да се насочи главно към профилактиката и ранната диагноза на тежките заболявания, да изчисти нелоялната конкуренция и да направи така, че българският пациент да се чувства като западният пациент. Да знае, че каквото и да му се случи, в болницата ще му помогнат по най-добрия възможен начин. Ако законодателството в България допусне частните болници да се регулират по-самостоятелно, със сигурност ще има много западни инвестиции. Разговаряла съм с немски инвеститори, на които съм обяснявала, че знаят точно какъв бюджет ще получат за извършената дейност, че ще трябва да разпределят заплатите по точна формула и плащанията, които пациентите ще правят в частната болница, са точно такива, каквито ще направят и в държавната болница. А единственото, което се иска от тях, е да инвестират. Разбира се, отговорът им е: Не!

- **Послание, което да отвори хоризонта на сетивата ни?**

- Никой не може да се върне и да направи чисто нов старт, но всеки може да започне отсега и да направи чисто нов край. Не е важно кой какво ти дава, важно е какво не могат да ти отнемат – душата, изживените мигове... Затова живеете си живота.





Dr. Tsvetelina Spiridonova

**Taking Action is
the Best Protection
against Fear**

- **Dr. Spiridonova, what was the first thing you did when you found out that the state was going into “lockdown” because of the pandemic?**

- I said to myself: “Now things are starting to get complicated”.

- **Who was the first employee you called?**

- The administrative director of the hospital to prepare a plan for the operation of the health facilities we manage. After that, I called our legal advisor to explain the legal provisions. The CFO joined them to make the picture even worse.

- **What strategic moves did you make?**

- The first thought was to separate the flows of patients with viral diseases from the others. Thus, “Hygia” Hospital was the first in the country to have a separate cabinet on March 16, 2020, or exactly three days after the state of emergency was announced.

- **How did you manage all this?**

- With great dynamics, flexibility and historical teamwork. We had to make decisions with unclear consequences, following only the interest of patients. In the end, practice has shown once again that if you have done everything for the patients to be well, you will be fine, too. In fact, this is our job.

- **The quick actions taken that helped you cope?**

- First of all, the conversation that was held at all levels in our hospitals about the need for full support and adequate behavior by each employee. Our employees did not back down from their duties, despite the fear. Second of all, the very early provision of personal protective equipment with our own finances. Perhaps we were one of the first hospitals with one-time protective clothing, and at one point we even helped colleagues from other hospitals in Sofia, who had not yet been supplied with such. Third of all, we had knowledge of the earliest protocols for the treatment of the infection and we had secured the necessary medications even before it became clear that the same protocol would be followed in Bulgaria. We had sufficient quantities when the warehouses were already refusing to deliver them. It was these three steps that encouraged us at the beginning.

- **Have there been any changes in the team?**

- I am proud to say that only four of my staff members refused to be part

of the fight against the pandemic and to treat patients. And they are no longer my employees.

- **What test did COVID-19 turn out to be?**

- The pandemic serves as a sieve. The needed ones became even more needed, the redundant ones dropped out, no matter what level of business we are talking about. In the course of this pandemic, we learned that there are companies, employees and professions that we cannot do without. They are essential and in the future we must invest in them and protect them. There are also those whose absence did not have any significant effect.

- **How did the pandemic become a factor in changing your way of thinking and actions?**

- For me personally, on a subconscious level, it was stressful because there were many unknowns, and at the same time I had to show confidence and determination in my actions. And that was hard. It taught me to make short-term plans, literally two or three days ahead. For example, on December 28, 2020, I did not know where I would celebrate the New Year and the unknown was not an issue. This is one of the consequences of COVID-19.

- **The office or work from home - what is your working formula?**

- Definitely the office. When I am at some place, I am 100% present there and my personal contact is very important, even if just to scold an employee when they are behaving out of line.

- **Your vision for the team development and healthcare in the new reality?**

- Medicine

The pandemic serves as a sieve. It helped us understand that there are companies, employees and professions that we cannot do without, and we need to invest in them. When you are in business, there can be no unexpected events. If something turns out to be fatally unexpected, then you are out of place.

Tsvetelina Spiridonova, MD, PhD, is the CEO of MBAL "Hygia" and MBAL "Hygia-Sever".

is a very conservative science. And remote practices enter more slowly. We are witnessing revolutionary techniques, such as robotic surgery, but personal contact between doctor and patient is paramount.

I see the development of the team in building up, learning new therapeutic techniques, minimal invasiveness and most of all improving the relationship between doctor and patient.

- **What are the lessons from the pandemic that could be applied in another emergency situation?**

- Everyone may be afraid, but you must have the courage to keep going. Courage means that something else is more important than being afraid. The best protection against fear is taking action.

- **How to be prepared for unexpected events and how not to allow a collapse when they occur? Can we benefit from situations in which everyone is in a panic?**

- When you are in business, there can be no unexpected events. If something turns out to be fatally unexpected, then you are out of place. We do not need to profit from situations in which everyone is in a panic. The point is not to panic and help those who are confused. This is enough. And it can certainly bring you at least a moral gain.

- **The world is not what it used to be. How to do business and grow on the local, regional and global market?**

- Business is done in one way - you have to work and more people should need your work. The hospital business in Bulgaria should focus mainly on the prevention and early diagnosis of serious diseases, to clean up unfair competition and make the Bulgarian patient feel like the Western patient. To know that whatever happens to them, the hospital will help them in the best possible way. If the legislation in Bulgaria allows private hospitals to be regulated more independently, there will certainly be a lot of Western investments. I spoke to German investors, to whom I explained that they would know exactly what budget they would be allowed for the work done, that they would have to distribute salaries according to a precise formula, and that the payments patients would make in a private hospital were exactly the same as what they would make at the state hospital. And all that is required of them is to invest. Of course, their answer was: No!

- **A message to open the horizon for our senses?**

- No one can go back and have a brand new start, but anyone can start now and make a brand new end. It doesn't matter who gives you what, it's important what they can't take away from you - your soul, the experiences... So, live your life.

Реагирахме адекватно на предизвикателствата от новата реалност, защото бяхме подготвени

Пандемията от COVID-19 постави на изпитание всички бизнеси по целия свят. Успяват да оцелеят и просперираят тези, които са най-адаптивни и подготвени да посрещат предизвикателствата, защото както се казва в една мисъл: „Шансът е на страната на подготвения ум“. Старата максима, че всяка криза е и възможност, продължава да се доказва и в този смисъл пандемията беше

катализатор на промени

за бизнеса, който трябваше да реагира със скоростта, с която се промени потребителското поведение буквално „за един ден“. Но именно кризите са най-добрият тест за жизнеспособността на една организация. Това е моментът, в който става ясно колко истински са ценностите, зад които тя застава, и Пощенска банка ги демонстрира нагледно.

Още в първите дни след обявяването на извънредното положение бяхме готови със

серия от мерки

чиято основна цел беше да подпомогнат клиентите ни и да им осигурят спокойствие и яснота, от които имаха нужда. С кампанията Bank@Home насърчихме потребителите да останат у дома и да използват вече изградените дигитални канали на банката, защитавайки по този начин и служителите, и клиентите. Предоставихме на гражданите и бизнеса банкови продукти и услуги, от които в момента имаха нужда, както и възможност те да бъдат ползвани от разстояние и през различни канали. Оставихме и офисите отворени, разбира се, при спазването на всички необходими защитни мерки, защото знаем, че има клиенти, които сръжат и предпочитат този начин на комуникация, и трябваше да отговорим и на техните нужди и очаквания.

В Пощенска банка бяхме напълно подготвени да посрещнем новата ре-



Петя Димитрова е главен изпълнителен директор и председател на Управителния съвет на Пощенска банка

Petia Dimitrova is Chief Executive Officer and Chairperson of the Management Board of Postbank

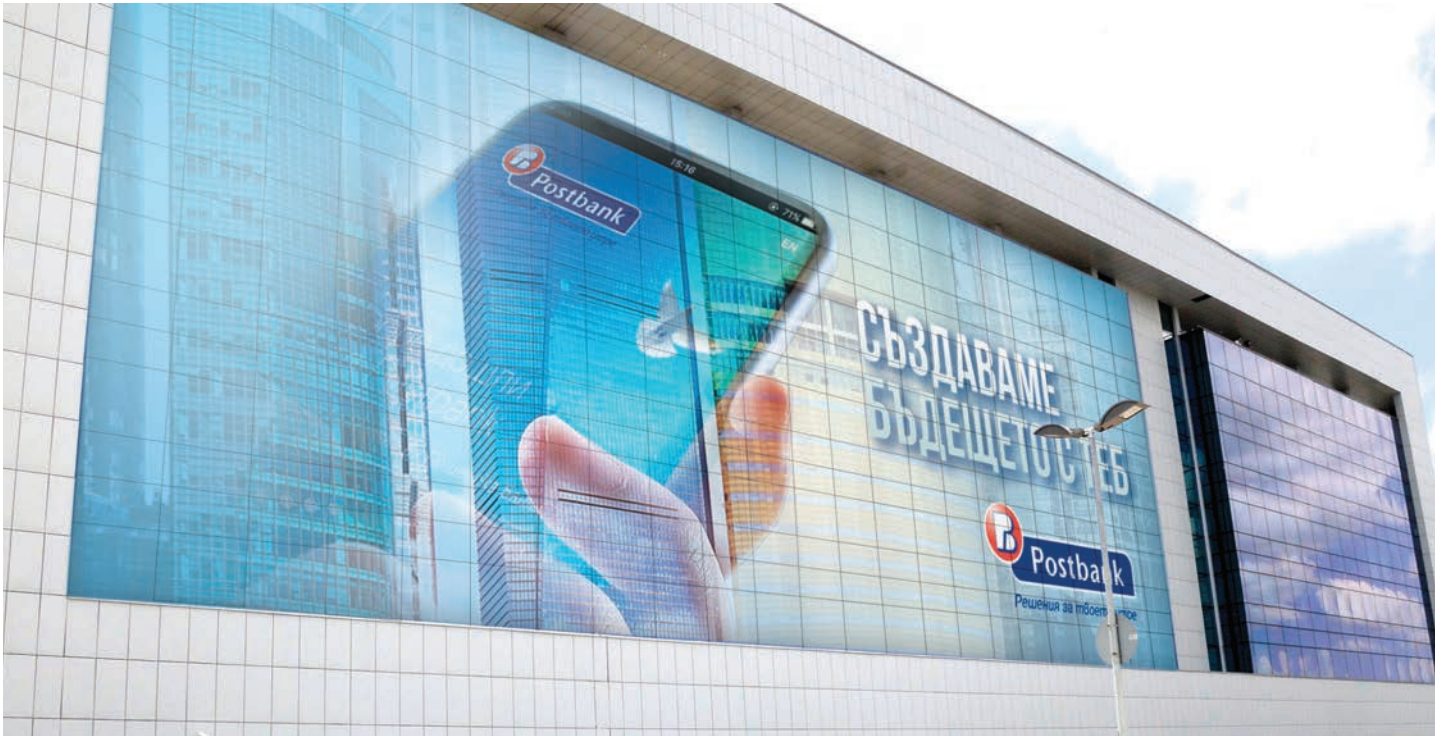
Пандемията от COVID-19 ни научи и на нещо положително - да бъдем по-сплотени, дори от разстояние, и заедно да излизаме по-силни

алност, защото при нас

процесите на дигитализация

започнаха още преди години и това беше ключово, за да можем да реагираме бързо на промените. Бизнес средата ще продължи да се променя, а скоростта и умението да се адаптираме към това ще бъде от стратегическо значение.

Въпреки предизвикателствата, пандемията от COVID-19 ни научи и на нещо положително - да бъдем по-сплотени, дори от разстояние, и заедно да излизаме по-силни.



Petia Dimitrova

We responded adequately to the challenges of the new reality because we were prepared

The COVID-19 pandemic have put all businesses across the globe to the test. The companies that are the most adaptive and prepared to tackle the challenges are surviving and prospering because as the saying goes “Chance favors only the prepared mind”. The old maxim that every crisis is also an opportunity still holds true and, in this sense, the pandemic was

a catalyst of changes

in the business sector, which had to respond as fast as consumer behaviour changed – literally for one day. Crises, indeed, are the best test for the viability of an organization. This is the moment when it becomes clear how genuine the values it advocates are and Postbank has illustrated this.

We were prepared on the first days of the state of emergency with

The COVID-19 pandemic has taught us a positive lesson – we should be more united even at a distance and emerge together and stronger from the crisis

a series of measures

aimed mainly at helping our clients and providing them with the security and clarity they needed. We encouraged customers to stay at home through the Bank@Home campaign and use the bank’s already developed digital channels, thus protecting both our staff and clients. We provided consumers and companies with

bank products and services they needed at that moment, as well as with the option to use them remotely and via various channels. We kept the bank’s offices open and complied with all required protective measures because we knew there are clients who really prefer this means of communication and we have to meet their needs and expectations.

Postbank was absolutely prepared to face the new reality because it started

the processes of digitalization

years ago and this was of key importance to be able to respond fast to the changes. The business environment will continue changing and the speed and ability to adapt to it will be of a strategic significance.

Despite the challenges, the COVID-19 pandemic has taught us a positive lesson – we should be more united even at a distance and emerge together and stronger from the crisis.

Винаги готови за промяна в сценария

Когато говорим за семейство, кой би свързал това определение с „добре смазана машина“, с компания, с бизнес, с иновации? Райкомерс Конструкшън ЕАД е изцяло българска компания с почти 30-годишна традиция в строителството на ВиК мрежи, сгради и съоръжения. „Винаги първи!“ – това е слоган, доказван в работата всеки ден.

Изпълнителният директор инж. Иван Моллов за преминаването на Райкомерс Конструкшън през пандемията от COVID-19:

- Г-н Моллов, какви стратегически ходове предприехте, така че не само не се наложи да освободите дългогодишни служители, но дори да наемате нови?

- Райкомерс Конструкшън е добре изградена организация с налични и работещи канали за комуникация, тествани и изпитани през годините. Максимално бързо въведохме всички препоръчителни и задължителни противоепидемични мерки. Администрацията ни незабавно премина в режим „хоум офис“, погрижихме се всички направления, работещи на първа линия, да бъдат снабдени със съответните лични предпазни средства, да са разделени на отделни „потоци“, които не се пресичат, погрижихме се обменът на информация да е изключително в дигитална форма и ограничихме в максимална степен физическия контакт от близко разстояние, създадохме безопасна среда за всички и продължихме да работим в режим на извънредна ситуация. Наличието на все пак някаква подготовка, бързата и последователна комуникация и нужната доза късмет ни предпази от заболяли в екипите.

- Офисът и дистанционната работа - коя е вашата работеща формула!

- За всички нас най-важният фактор са хората в колектива, но за да сме сплотени - трябва да сме заедно. Дистанционната форма на работа има негативно отражение върху екипността, независимо че мнозина виждат само позитивните страни и очакват повишена ефективност. Правим всичко възможно да минимизираме риска за здравето на колегите, но търсим други възможности, които позволяват да продължим напред като задружно семейство.

- Като член на УС и на Изпълнителното бюро на Камарата на строителите в България имате поглед и върху целия строителен сектор. Какъв тест се оказва пандемията?

- Липсатаясна, последователна и еднозначна комуникация от страна на здравните власти доведе до колебания



Инж. Иван Моллов / Eng. Ivan Mollov

**Колкото и
добре да планираш,
никога не може да
предвидиш всичко, и
затова трябва винаги
да си подготвен за
промяна в
сценария!**

в прилагането на противоепидемичните мерки, неразбиране и недоверие в наличието на ясна стратегия. Естествено имаше затруднения в придвижването на работниците, усложнения в строителния процес, забавяне в доставката на материали и суровини и т.н. Най-голямото изпитание беше да убедим всички в необходимостта от превантивните мерки, но и да не спрем строителния сектор, а да продължим да работим в рамките на въведените ограничения.

- Кои са уроците, научени от пандемията?

- В Райкомерс Конструкшън ежедневно работим с графици и планираме всеки от обектите си до най-малкия детайл. Предвидимостта е едно от нещата, които се стремим да предложим на нашите контрагенти, но и на служителите от компанията. Основният ни извод е, че колкото и добре да планираш, никога не може да предвидиш всичко, и затова трябва винаги да си подготвен за промяна в сценария!

Raicommer Construction JSC

Always Ready for Change in the Script

When we talk about family, who would associate this term with a “well-oiled machine”, with a company, with business, with innovation? Raicommer Construction JSC is an entirely Bulgarian company with almost 30 years of tradition in the construction of water supply and sewerage networks, buildings and facilities. “Always first!” - that’s a slogan which is being proven on the job every day.

The Executive Director, Eng. Ivan Mollov, talks about how Raicommer Construction JSC is going through the COVID-19 pandemic:

- Mr. Mollov, what strategic moves did you make, so that not only you did not have to lay off long-term employees, but even hire new ones?

- Raicommer Construction JSC is a well-established organization with existing and working communication channels, tested and proven over the years. We adopted all recommended and mandatory anti-epidemic measures as quickly as possible. Our administration immediately switched to “home office” mode, we made sure that all employees in areas working on the first line were equipped with the appropriate personal protective equipment, that they were divided into separate “streams” that do not intersect, we made sure that the exchange of information is done exclusively in digital form and we have limited any close physical contact as much as possible. We created a safe environment for everyone and continued to work in emergency mode. The fact that we were somewhat prepared, had fast and consistent communication, as well as some good luck, saved us from having any sick people within the teams.

- **The office and work from home -**



No matter how well you plan, you can never predict everything, and, therefore, you should always be prepared for a change in the script!

what is the formula that works for you!

- For all of us, the most important factor are the people in the team, but in order to be united - we must be together. The remote form of work has a negative impact on teamwork, although many see only the positive sides and expect increased efficiency.

We do our best to minimize the risk to the health of our colleagues, but we are looking for other possibilities that allow us to move forward as a united family.

- **As a member of the Management Board and the Executive Bureau of the Bulgarian Construction Chamber, you have an overview of the entire construction sector. What kind of test did the pandemic turn out to be?**

- The lack of clear, consistent and unambiguous communication by the health

authorities has led to fluctuations in the implementation of anti-epidemic measures, misunderstanding and mistrust in the existence of a clear strategy. Naturally, there were difficulties in the movement of workers, complications in the construction process, delays in the supply of materials and raw materials, etc. The biggest challenge was to convince everyone of the need for preventive measures, without ceasing the operations of the construction sector, and to continue working within the imposed restrictions.

- **What are the lessons learned from the pandemic?**

- At Raicommer Construction JSC we work with schedules on a daily basis and we plan each of our sites down to the smallest detail. Predictability is one of the things that we strive to offer to our contractors, but also to the employees of the company. Our main conclusion is that no matter how well you plan, you can never predict everything, and, therefore, you should always be prepared for a change in the script!

Д-р инж. БОРЯНА МАНОЛОВА

Да вървим извън утърпаните коловози

Когато на всички стана ясно, че COVID-19 не е просто поредният екзотичен вирус, който „се случва“ някъде в другия край на света, това подейства за мнозина като сериозен шок. Въпреки че много от бизнесите, особено работещите в международен мащаб, имаха готови планове за извънредни ситуации, едва ли някои от тях е предвиждал почти пълен срив на доставките, затваряне на границите и забрана на полетите.

Подобно на голям камък, хвърлен в спокойни води, вирусът предизвика

КРЪГОВИ ВЪЛНИ

преобръщайки множество аспекти от нашия живот. Може би най-важният страничен ефект на COVID-19 засегна начина, по който работят бизнесите. Много компании се оказаха на ръба на оцеляването, защото клиентите или спряха да ползват техните продукти и услуги заради опасения за здравето си, или пък изискванията им по отношение на гъвкавост, удобство и безопасност скочиха драстично, и то само за броени дни! Така че фирмите, които вече бяха внедрили нови, дигитални платформи, се оказаха със сериозно предимство.

БЕЗОПАСНОСТТА

стана водещ приоритет и в иновациите. Много компании трябваше да преосмислят новите продукти и услуги, които планираха да предложат на пазара през следващите години. Внезапно на преден план излязоха разработки, които дават възможност на хората да продължат да живеят и работят нормално, но от безопасността на дома или офиса им. Пример в това отношение е приложението на Siemens за дигитално работно място Comfy, което продължава да се развива и представя

още повече гъвкави опции за безопасна и ефективна работа на служителите.

Това важи и за производството, където автоматизацията, изкуственият интелект, дистанционният мониторинг, дигиталните близнаци доказаха своята полезност и необходимост, осигурявайки непрекъснатост на производството.

Традиционният начин на работа също се оказа погложен на изпитание. Много бизнеси възприеха за първи път

ДИСТАНЦИОНЕН МОДЕЛ НА ТРУД

който в повечето случаи се оказа изненадващо успешен. Смятам, че тази промяна така или иначе щеше да се случи в даден момент, но пандемията ускори драстично трансформацията в мисленето. Глобално, Siemens бе една от първите големи компани

ни, която обяви, че насърчава работата от разстояние за служителите си и след края на пандемията.

В България като че ли тази „вълна“ дойде с известно закъснение и в непълнен мащаб, и това се дължи не на последно място на остарялото законодателство.

Въпреки че дистанционната работа отдавна не е новост за служителите на част от големите компании у нас, предимно в технологичния сектор, липсата на необходимата ИТ инфраструктура, както и спорните разпоредби в Кодекса на труда, възпрепятстват по-масовото въвеждане на този модел и в други компании и отрасли.

Като цяло пандемията се оказа

ЛАКМУС

за готовността на компаниите да излязат извън утърпаните коловози и да потърсят нови пътища към своите клиенти, доставчици и служители. Моите очаквания са, че бизнесите, които презгърнат новите (дигитални) възможности и ги въградят успешно в своите стратегически планове, не само ще оцелеят в кризата, но и ще излязат от нея по-силни, по-устойчиви и по-подготвени за следващия „черен лебед“.

„Компаниите, които презгърнат новите дигитални възможности, ще излязат по-силни от кризата“



Dr. Eng. **BORIANA MANOLOVA**

Let's go off the beaten track

When it became clear that COVID-19 was not just another exotic virus, „happening“ somewhere on the other side of the world, it came as a serious shock to many. Although many businesses, especially those operating internationally, had contingency plans in place, hardly any of them envisioned an almost complete disruption of supplies, border closures and flight bans.

Like a large rock thrown into calm waters, the virus caused

CIRCULAR WAVES

overturning many aspects of our lives. Perhaps the most important side effect of COVID-19 affected the way businesses operate. Many companies have found themselves on the brink of extinction because customers have either stopped using their products and services due to health concerns, or their demands for flexibility, convenience and safety have increased dramatically, and in just a few days! So the companies that had already introduced new, digital platforms turned out to have a serious advantage.

SAFETY

became a priority also in innovations. Many companies had to rethink the new products and services they planned to

bring to market in the coming years. Suddenly, new developments came to the fore that allow people to continue living and working normally, but from the safety of their home or office. An example in this regard is Siemens' Comfy digital workplace application, which continues to evolve and provides even more flexible options for safe and efficient work.

This also applies to manufacturing, where automation, artificial intelligence, remote monitoring, digital twins have proven their usefulness and necessity, ensuring the continuity of production.

The traditional way of working has also been put to the test. Many businesses have adopted for the first time

A REMOTE LABOR MODEL

which in most cases proved to be surprisingly successful. I think this change would happen at some point anyway, but the pandemic has drastically accelerated the transformation in thinking. Globally, Siemens was one of the first major companies to announce that it promotes

telecommuting for its employees also after the end of the pandemic.

In Bulgaria, it seems that this “wave” came with a certain delay and on an incomplete scale, and this is due not least to the outdated legislation. Although remote working hasn't been a novelty for employees of some large companies in

our country for long, mainly in the technology sector, the lack of the necessary IT infrastructure and controversial provisions in the Labor Code prevented the widespread introduction of this model in other companies and industries.

Overall, the pandemic proved

“
Companies that embrace the new digital opportunities will emerge stronger from the crisis
”

to be

A LITMUS TEST

for the readiness of companies to get off the beaten track and look for new pathways to reach their customers, suppliers and employees. My expectations are that businesses that embrace new (digital) opportunities and successfully incorporate them into their strategic plans, will not only survive the crisis, but will emerge from it more stronger, resilient and better prepared for the next „black swan“ event.

239 години Takeda помага за по-доброто здраве и по-светло бъдеще на хората



В пандемията съществена се оказва гъвкавостта - да съумяваме да реагираме адекватно на мига на множеството предизвикателства, през които се изправи целият свят и в частност бизнеспът. Предефинирахме начина, по който работим, за да продължим да изпълняваме целите си и да не губим мотивацията на екипа в тези предизвикателни времена. Това каза управителят на биотехнологичната компания Takeda България Тодор Кесимов. И още:

Пациентът е винаги поставен в центъра – това е част от корпоративната ни култура и смея гордо да заявя, че работим със съпричастност към всеки казус и това води до изграждане на все по-високо **Доверие** в обществото. Така затвърждаваме нашата **Репутация** във всеки момент и в резултат на това да развиваме успешно нашия **Бизнес** и изграждаме дългосрочни партньорски отношения.

Този модел на работа води началото си от Chobei Takeda, които през 1781 г. започва да продава традиционни билкови лекарства в Осака, Япония. Той полага основите на компания, на която дава своето име, като и до днес тя се ползва с високо реноме не само заради качествените си продукти, но и заради почтеността в работата.

Takeda присъства в над 80 държави в света. В България тя стъпва през 2008 г. **Мисията** на Takeda е свързана с по-доброто здраве и бъдеще на хората. Затова сме изключително фокусирани в научноизследователската си дейност, като се стремим да предоставяме на пациентите животоспасяващи и подобряващи живота им лекарства в борбата с онкологични, хематологични, гастроентерологични и редки заболявания. Правим целенасочени инвестиции в плазмени терапии и ваксини.

Опитът по време на пандемията показва, че ключ за сп-



Takeda

равяне в новата нормалност са добрите отношения с партньорите, които сме изградили през годините, както и високата мотивация на екипа. Тук е мястото да отбележа... че ни е грижа за всеки отделен член на екипа, както и за целия колектив, а това гарантира нашата адаптивност и устойчивост. Вслушваме се внимателно и се опитваме да разберем уникалните потребности и желания на нашите служители, като постоянно поддържаме диалог и вземаме предвид тяхното мнение.

Вземте си и уроците - можем да се справим и с ограничен ресурс. Лично аз не съм смятал, че определени бизнеси и активности могат да се движат изцяло или предимно дистанционно, но тази ситуация ни показа, че има неизползвани ресурси в тази посока с потенциал. Научихме се да се срещаме виртуално, сведохме пътуванията до абсолютния минимум, пренасочихме част от ресурсите си в дигиталната сфера, но вярвам, че не сме загубили от своята ефективност и фокус.

Адаптивността е основна ценност в Takeda още преди Covid-19 и вярвам, че зана-

прег новата нормалност е тест, през който ще преинем успешно.

Послание – Животът е изграден от множество предизвикателства, а начинът, по който се справяме с тях, ни изгражда като личности. Това е особено актуално сега.

Бъдещото лечение на Covid-19 може би се крие в реконвалесцентната плазма (РП), взета от преболедали, в която има антитела срещу вируса. Този метод се използва от близо 130 години при инфекциозни заболявания, включително и при последните епидемии от MERS и SARS. Лечението с РП преживява ренесанс през XXI век, защото се работи в две посоки за впрягане на човешките антитела срещу SARS-CoV-2 в рекомбинантни платформи. И петте големи Takeda, CSL Behring, Biotest, Bio Products Laboratory и LFB, Octapharma се обединиха в плазмен альянс - **CoVig-19 плазмен альянс**, за да ускорят разработването на един-единствен небрандиран H-Ig продукт за лечение на COVID-19.

Microsoft също подкрепя инициативата, като разработи CoVig-19 Bot - инструмент за автоскрининг на потенциални донори, които могат сами да преценят дали са подходящи за даряване и да открият най-близкия център за събиране на плазма.

“
Животът е изграден от множество предизвикателства, а начинът, по който се справяме с тях, ни изгражда като личности
”



Takeda has been delivering better health and brighter future for people for 239 years

"In a time of pandemic, flexibility proved to be of the essence: we have to be able to respond adequately, on the spot, to the numerous challenges the whole world and businesses, in particular, face. We have redefined the way we work in order to continue to achieve our goals and not to lose our team's motivation in these challenging times", said Todor Kesimov, Takeda's Country Head for Bulgaria.

"We always put **the patient** at the center – this is part of our corporate philosophy, and I am proud to state that we are committed to each particular case, which leads to earning greater **trust** with society. Thus, we have continuously been reinforcing our **reputation**, as a result of which we have been developing our **business** successfully and we have been building long-term partner relations.

This business model was established by Chobei Takeda, who in 1781 started a business selling traditional herbal medicines in Osaka, Japan. He founded the company under his own name, which has achieved its excellent reputation not only because of the high-quality products but also for the integrity and honesty it's business is based on.

Takeda is present in over 80 countries worldwide. In 2008, Takeda came to Bulgaria. Takeda's **mission** is connected with bringing better health and brighter future to people. Research and development has always been our core focus, and we strive to provide life-saving and quality-of-life drugs for patients fighting with oncological, hematologic, gastrointestinal, and rare diseases. We have been making targeted investments in plasma-derived therapies and vaccines.

The experience we gathered during the pandemic shows the good relationship we have built with our partners over the years and the high

“
Life consists of numerous challenges and the way we manage to overcome them helps us build character and grow
”

motivation of our team is the key to succeed in the new normal. This is the place to point out that we care about our individual and collective well-being to support agility and resilience. We listen intently to understand employees' unique wants and needs through regular collection of insights.

Also, we have learned our **lessons**: we are capable of succeeding even with limited resources. I, personally, never thought that certain businesses and operations could be managed remotely in whole or in most part, but this situation has shown us that there are untapped resources in this area. We have learned to hold virtual meetings, we have reduced traveling to the bare minimum, and we have redirected part of the resources to the digital sphere, but I am convinced that we have not lost our efficiency or focus, not a bit.

Agility has been a core value at Takeda long before the COVID-19 pandemic, and I am convinced that the new normal is a test we will pass with flying colors.

The **message** is that life consists of numerous challenges and the way we manage to overcome them helps us build character and grow. This is especially true today.

The **future** **treatment** for **COVID-19** may lie in convalescent plasma; plasma taken from the



Todor Kesimov е управител на Тakeda България
Todor Kesimov is Country Head for Takeda Bulgaria

blood of recovered COVID-19 patients, which contains virus antibodies. For approximately 130 years this method has been used for treating infectious diseases, the recent MERS and SARS epidemics including. There is a resurgence of convalescent plasma therapy in the twenty-first century, with two efforts attempting to capture the entire human antibody repertoire against SARS-CoV-2 in recombinant platforms. At the same time, the five leading plasma companies, Takeda, CSL Behring, Biotest, Bio Products Laboratory, LFB, and Octapharma joined efforts in **"The CoVlg-19 Plasma Alliance"** to accelerate the development of one unbranded hyperimmune immunoglobulin (H-Ig) product to treat COVID-19.

Microsoft also supports this initiative and has developed the CoVlg-19 Plasma Bot, a potential plasma donor online screening tool, which helps people recovered from the virus determine if they are eligible to donate plasma and assists them in finding the nearest donation station.





WE REFLECT THE



Ние сме TAL Engineering. Водени от иновативност и качество, повече от 20 години конструираме съвременния облик на българската архитектурна среда, като разработваме и осигуряваме модерни решения за остъкдени конструкции и сградни обвивки.

TAL Engineering предлага цялостен пакет във фасадния инженеринг и е доказан лидер в производството на алуминиева и PVC дограма, алуминиеви конструкции, окачени фасади, елементни фасади, слънцезащитни системи, фасадни облицовки от керамика, Corian Solid Surface, алуминиеви композитни панели, фиброциментни плоскости и други фасадни решения.

Интегрираната система за управление подпомага прецизното синхронизиране на работата на всички отдели и ефективно протичане на процесите, като спазва стандартите за качество ISO. TAL Engineering е първата и единствена източноевропейска фасадна компания, която притежава сертификат WinMark, сертифициран от Wintech Testing & Certification UK.

От основаването си досега компанията бележи непрекъснат ръст, с реализирани проекти от производство и доставка, до пълно завършване на обекти в Австрия, Белгия, Великобритания, Германия, Гърция, Испания, Ирак, Карибски острови, САЩ, Франция и Чехия.



FUTURE!

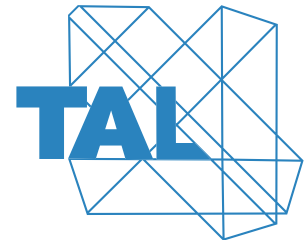
We are TAL Engineering. Led by innovation and quality, we design the contemporary look of the Bulgarian architectural environment by developing and providing modern solutions for glazed structures and building envelopes.

TAL Engineering offers complete facade engineering solutions, and is a proven leader in the production of aluminum and PVC systems for doors and windows, facade claddings with aluminum composite panels, Corian Solid Surface, ceramic tiles, curtain wall system and more for complete envelope solutions.

The company has implemented an ERP system

for managing processes in meeting ISO quality standards. TAL Engineering is the first and only East-European facade company to have achieved WinMark Certification for the Enhanced Security of Windows & Doors and continues to demonstrate excellent facilities and ongoing dedication to growth and improvement.

Since its establishment, the company has been growing steadily and today it has completed projects in Austria, Belgium, Great Britain, Germany, Greece, Spain, Iraq, Caribbean Islands, USA, France and the Czech Republic.



Façade Engineering



TAL Engineering
Industrial Area
Kazichene – West
1532, Sofia
+359 2 419 19 19
www.talengineering.com
office@talengineering.com



Петте правила на Теодора Петкова за ефективност при криза

Независимо колко добре сме си научили уроците от предишната криза, всяка нова ни изненадва с безпрецедентни предизвикателства и много неизвестни. Съответно при наличие на неизвестност винаги има много повече риск. И тогава е изключително важно да се превключи към кризисен мениджмънт, за да се позволи на компаниите да се адаптират към кризисната реалност. Споделям моите пет правила за ефективност при криза:

Принцип 1: Бизнес хладнокръвие при оценка на отправната точка

Когато дойде кризата, е много важно да се даде оценка на т. нар. отправна точка, тоест обективно и критично да се преценят слабостите в количествен и качествен аспект. Пропускането на този етап носи риск за реализацията на стратегията поради липса на ресурси, неподходяща инфраструктура или неадекватно начално планиране.

Принцип 2: Контрол само върху това, което е важно

Съвсем човешко е, когато се чувствате несигурни, да искате да разполагате с повече информация и да контролираме всичко. А всички знаем, че това, първо, не е възможно и, второ, е пагубно за компании в криза. Кризата се управлява методично и с данни и само тогава може да се действа решително. Важно е да има достатъчно ясни и конкретни данни, като същевременно организацията да не изпада в така наречения капан на безкраен репортинг без добавена стойност за конкретната ситуация. Блокирането на компанията от много справки и отчети не решава проблема с неизвестността.

Принцип 3: Zoom In & Zoom Out

Къси спринтове между голяма картина и малки детайли

Мениджърският екип трябва да може да запази фокус едновременно върху дългосрочната стратегия и различните конкретни проблеми, които излизат като важни и спешни днес. Съответно е необходима голяма гъвкавост и адекватно приоритизиране.

Принцип 4: Скоростта над перфекционизма

В условията на криза скоростта на

взимане на решение и действие взима връх над стремежа за намиране на перфектното решение. Всъщност стремежът към съвършенство е враг при управлението на кризи. Казано по друг начин, понякога дори грешното решение е по-добро от това да не се взима решение и да се буксува. Решения трябва да се взимат много бързо, както и взети вече решения своевременно да се адаптират на базата на нова информация и обстоятелства. Именно затова е важно механизъмът на взимане на решения бързо да се

“
Стремежът към съвършенство е враг при управлението на кризи. Понякога дори грешното решение е по-добро от това да не се взима решение
”

адаптира към кризисната ситуация – да се създаде кризисен комитет, да се овластят достатъчно хора, за да може с опростена йерархия да се взимат по-голяма част от решенията, да се създаде ясен и бърз режим на ескалация.

Принцип 5: Внимание към екипа

Управлението на хора е ключово в условия на криза. Несигурността и социалната дистанцираност притесняват служителите, създават страхове, въпросителни, неизвестни. Ако има нещо безспорно, това е, че при криза задачите са много. Наистина много. Затова на първо място е умението да разделим процесите на критични и некритични, а след това – да успеем да зададем верните приоритети на екипа си. Комуникацията към колегите е първостепенна, за да имаме успех при криза.





Теодора Петкова е председател на Управителния съвет и главен изпълнителен директор на УниКредит Булбанк

Доброто управление на риска може да помогне да се справим с непредвидени ситуации, казва главният изпълнителен директор на банката Теодора Петкова

сонализирани продукти и в същото време нашите консултанти отделят повече време за лични разговори с тях. В ход е и проект за нов модел на обслужване, чрез който ще осигурим по-ефективни процеси чрез редизайн и централизация и повече клиентски фокус на нашите бизнес структури.

- Как бизнесът ви устоя в този труден момент?

- Стоим до кредитополучателите си и се опитваме да намерим заедно приемливи решения, за да им помогнем да адаптират бизнеса си и да се справят с предизвикателствата, пред които всички индустрии са изправени. Като най-голямата банка в България, оставаме отворени за бизнес и подкрепяме нови инвестиционни и бизнес проекти, както и финансови нужди за оборотен капитал, свързан с дейността на компаниите.

- Какъв тест се оказа Covid-19?

- Пандемията предизвика внезапно и със степен и скорост безпрецедентен икономически и социален ред. Съответно в отговор ние адаптираме реализацията на стратегията ни с ускорено имплементиране на нашия план за дигитализация. Кризата днес е социална и икономическа. Все повече гласове се чуват, че негативният ефект върху икономиката ще е по-голям от кризата през 2008 г. Макроикономическите прогнози, дори в оптимистичните сценарии, го потвърждават. Важно е

да се отбележи, че банките са стабилни, с добри показатели за ликвидност и капиталови позиции, по-добре регулирани днес и съответно няма да са част от проблема, а ще са част от решението, тоест ще спомогнат за преодоляване на кризата.

“ Дигитализацията ни дава възможност да предоставяме персонализирани продукти ”

УниКредит Булбанк остава близо до своите клиенти

- Госпожо Петкова, какви стратегически ходове предприехте във връзка с кризата, която възникна заради Covid-19?

- Във време на криза, както и в периоди на икономически ръст, за нас е абсолютен приоритет да сме близо до клиентите ни, да сме техен надежден и предвидим партньор. Насочихме усилия да им съдействаме да се дигитализират, но продължаваме да сме близо до тях и в нашите филиали и не спираме да инвестираме в модернизацията на банковата ни мрежа. Освен това поставихме фокус върху един напълно

нов продукт – откриване на сметка изцяло през приложението ни Булбанк Мобайл, без изобщо да се налага посещение във филиал.

- Пандемията предизвика ускоряване на дигитализацията. Каква роля има тя при превключването на банката към режим „Пандемия“?

- Дигитализацията на нашите услуги и продукти в голяма степен ни позволява да осигурим безопасност на клиентите и служителите на банката. Същевременно сме по-близо до клиентите, защото дигитализацията ни дава възможност да им предоставяме пер-

сонализирани продукти и в същото време нашите консултанти отделят повече време за лични разговори с тях. В ход е и проект за нов модел на обслужване, чрез който ще осигурим по-ефективни процеси чрез редизайн и централизация и повече клиентски фокус на нашите бизнес структури.

- Някои от поуките, които извлякохте от кризата, предизвикана от пандемията?

- Основната поука, валидна и до днес, е, че доброто управление на риска може да ни даде сигурност и да ни помогне да се справим с непредвидени ситуации.

Teodora Petkova's Five Rules for Efficiency in Times of Crisis

No matter how well we have learned the lessons of the previous crisis, each new one surprises us with unprecedented challenges and many unknowns. Consequently, in the presence of uncertainty, the risk is always much higher. And at that point it is extremely important to switch to crisis management, which would allow companies to adapt to the crisis reality. I share my five rules for efficiency in times of crisis:

Rule 1: Business Composure In The Assessment Of The Starting Point

When the crisis comes, it is very important to assess the so-called starting point, i.e. to objectively and critically assess the weaknesses in quantitative and qualitative terms. Omitting this stage is risky for the successful implementation of the strategy, due to lack of resources, unsuitable infrastructure or inadequate initial planning.

Rule 2: Control Only Over What Is Important

It is in our human nature to want to have more information and control everything when we feel insecure. And we all know that, firstly, this is not possible and, secondly, it is disastrous for companies in crisis. The crisis should be managed methodically and based on data, only then decisive actions can be taken. It is important to have clear and specific enough data, but at the same time the organization should not fall into the so-called trap of endless reporting without any added value for the specific situation. Blocking the operations of the company because of many reports does not solve the problem of uncertainty.

The pursuit of excellence is the enemy of crisis management. Sometimes even the wrong decision is better than not making a decision at all.

Rule 3: Zoom In & Zoom Out

Short sprints between the big picture and the small details
The management team must be able



Teodora Petkova is Chairman of the Management Board and Chief Executive Officer of UniCredit Bulbank

to keep focus on both the long-term strategy and the various specific issues that emerge as being important and urgent at the moment. Accordingly, great flexibility and adequate prioritization is needed.

Rule 4: Speed Over Perfectionism

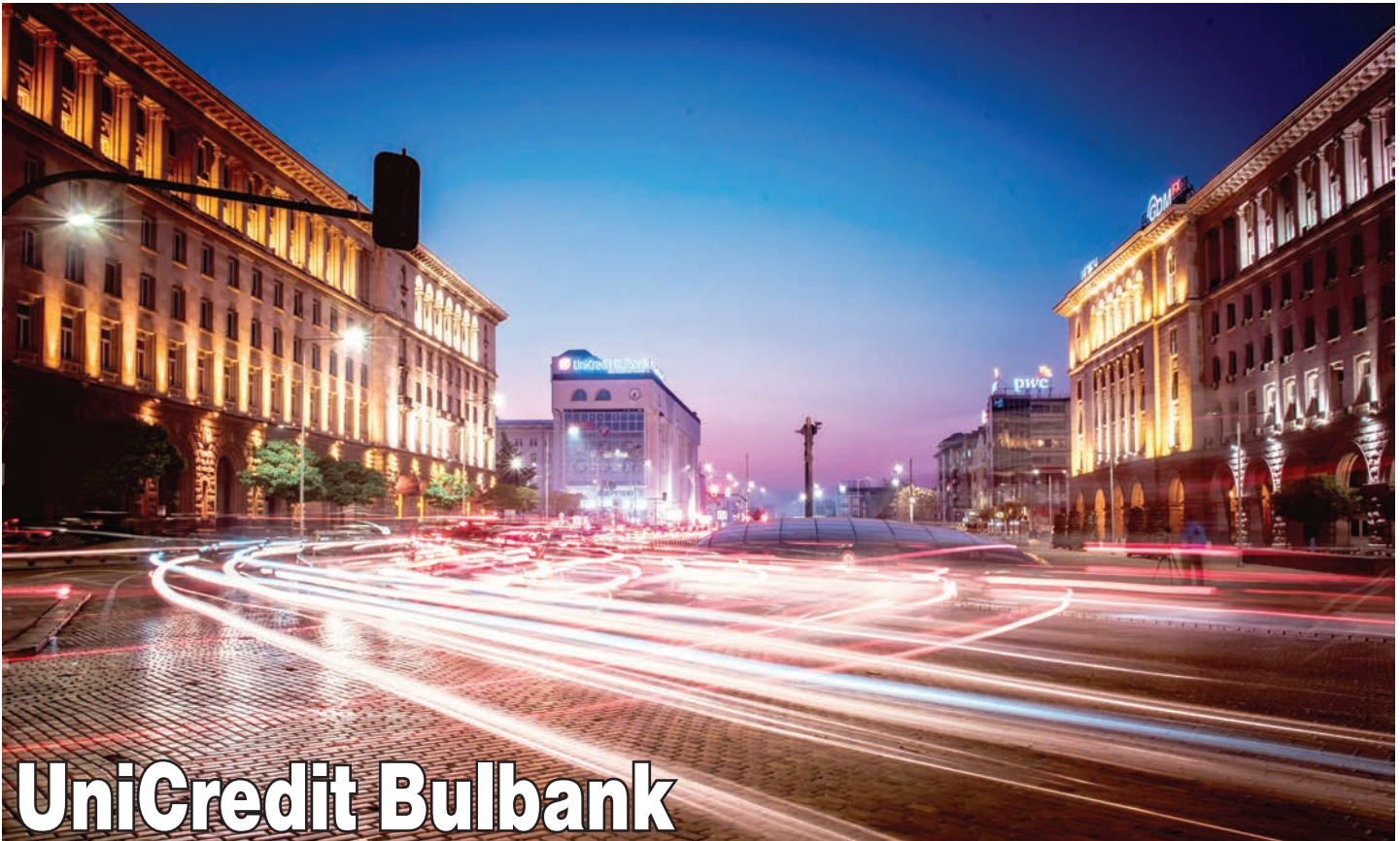
In times of crisis, the speed of decision-making and action takes precedence over the quest to find the perfect solution. In fact, the pursuit of excellence is the enemy of crisis management. In other words, sometimes even the wrong decision is better than not making a decision and get stuck in one place. Decisions must be made very quickly, and decisions that have already been taken must be adapted in a timely manner on the basis

of new information and circumstances. That is why it is important for the decision-making mechanism to be adapted quickly to the crisis situation - to create a crisis committee, to empower enough people to be able to make more decisions with a simplified hierarchy, to create a clear and fast escalation process.

Rule 5: Attention To The Team

Managing people is key in times of crisis. Insecurity and social distance make employees worried, create fears, questions, unknowns.

If there is one thing that is indisputable, it is that in times of crisis there are a lot of tasks. Really a lot. Therefore, the most important thing is the ability to divide the processes into critical and non-critical, and then to be able to set the right priorities for the team. Communication to colleagues is paramount to success in a crisis.



UniCredit Bulbank Remains Close to Its Customers

Proper risk management can help us deal with unexpected situations, says the bank's Chief Executive Officer Teodora Petkova

- Ms. Petkova, what strategic moves have you made in relation to the crisis caused by COVID-19?

- In times of crisis, as well as in periods of economic growth, it is an absolute priority for us to be close to our customers, to be their reliable and predictable partner. We have made efforts to help them go digital, but we continue to be close to them in our branches and do not stop investing in the modernization of our banking network. In addition, we focused on a completely new product - opening an account entirely through our Bulbank Mobile application, without having to visit a physical office at all.

- The pandemic has accelerated digitalization. What role does it play in switching the bank to Pandemic mode?

- The digitalization of our services and products to a great extent allows us to ensure the safety of customers and employees of the bank. At the same time, we are closer to our customers because digitalization allows us to provide them

with personalized products while our consultants spend more time talking to them in person. A project for a new service model is underway, through which we will provide more efficient processes through redesign and centralization and more customer focus of our business structures.

- How did your business hold up during this difficult time?

- We stand by our borrowers and try to come up with suitable solutions together to help them adapt their business and meet the challenges that all industries face. As the largest bank in Bulgaria, we remain open for business and support new investment and business projects, as well as financial needs for operating capital related to the activities of the companies.

- What kind of test did COVID-19 turn out to be?

- The pandemic caused a sudden, both in terms of speed and scale, unprecedented economic and social order. Accordingly, in response, we have adapted the implementation of our strategy by accelerating the implementation of our digitalization plan. The crisis today is social and economic. More and more voices are being heard that the negative effect on the economy will be greater than the crisis in 2008. Macroeconomic forecasts, even the optimistic scenarios, confirm this. It is important to note that banks are stable, with good liquidity ratios

and capital positions, they are better regulated today and, therefore, will not be part of the problem, but will be part of the solution, i.e. will help to overcome the crisis.

- Some of the lessons you learned from the crisis, caused by the pandemic?

- The main lesson, still valid today, is that proper risk management can give us security and help us deal with unexpected situations.

Digitalization allows us to provide customized products.

Джордж Маргонис: Бизнесът трябва да е близо до обществото

Covid-19 определено промени нашата гледна точка, но не промени нашата мисия – бъдеще без дим. Радваме се, че през тази необикновена година успяхме да се адаптираме бързо и да проявим нужната солидарност и загриженост към обществото. Във Филип Морис Интернешънъл вярваме, че когато обществата са изправени пред криза от такъв мащаб, бизнесът трябва да е близо до хората и да окаже необходимата

помощ за справяне с кризата

и да си сътрудничи с правителствата при намирането на необходимите решения. Компаниите трябва да реагират бързо и да помагат на служителите, клиентите, партньорите и общностите си. През 2020 г. направихме точно това, като предоставихме подкрепа на най-уязвимите общности и тези на първа линия в борбата с COVID-19 чрез нашия дългогодишен партньор Фондация „Vcause: В името на благотворителността“.

В най-трудния период на пандемията

научихме

че бизнес лидерите трябва да действат отговорно и бързо за справяне с новата ситуация, за да осигурят непрекъснатост на бизнес процесите, като демонстрират солидарност, грижа и истинска хуманност.

Всяка криза ни връща към онова, което е фундаментално за бизнеса - да обръщаме специално внимание на хората – нашите служители, потребители и партньори. Това осъзнаване и напомнянето за важността на тези базисни неща е най-важният урок от тази криза.

Светът и бизнесът

вече никога няма да са същите и вярвам, че промяната ще бъде „новата реалност“, в която ще живеем оттук нататък. Затова трябва да сме гъвкави, да сме готови да се адаптираме и реагираме спрямо бързо променящите се потребителски нужди.

Това, което изминалата необичайна година доказва, е, че всяко решение, което взимаме, трябва да е с фокус върху потребителя, и че клиентите оценяват персонализираните решения за обслужване в трудни времена, като тези по време на изолация.

При нас във Филип Морис Интернешънъл

удовлетворението на потребителите

си остава нашата пътеводна светлина и затова се радваме, че клиентите ни оцениха нашите усилия за дистанционно дигитално обслужване и ни възнаградиха с най-висок индикатор за потребителска

удовлетвореност (NPS) в периода на локдауна.

В бъдеще ще продължим да инвестираме в научни изследвания, разработки и усъвършенстване на нашите бездимни платформи, които вече преминаха през научната оценка на редица гържавни органи, агенции и регулатори по света. Освен инвестициите в науката за тези продукти без дим, за нас е важна именно удовлетвореността на потребителите ни. Затова и занапред ще продължим да инвестираме в усъвършенстването на нашите продукти и подобряването на обслужването, така че да отговорим на потребностите и очакванията на клиентите ни.

Както предвижда нашият старши вице-президент за глобални комуникации Мариан Залцман в глобалния си доклад за бъдещето на

тенденциите през 2021 г.

бизнесът по света оттук нататък ще продължи да си поставя цели, които са много по-мощни от просто бизнес печалбата – тенденция, която вече започна преди няколко години. Тази промяна беше ускорена от пандемията.

Материалът се публикува с подкрепата на Филип Морис България.

George Margonis: Business needs to be close to society

The crisis definitely changed our perspective but hasn't change our mission - to continue working for a smoke-free future. We are glad that during this unusual year we managed to adapt and act with solidarity and care. We at PMI strongly believe that, when societies are facing crisis of such magnitude, the business has a very important role to play and this is why we are trying to lead by example. In challenging moments like these, businesses must stay close to societies and provide the needed support to

deal with the crisis

ease the transition phase and collaborate

with governments to provide solutions. Companies need to react rapidly and support their employees, customers, partners and their communities. We are proud that we managed to act in this way in 2020, providing significant financial support to the most-vulnerable and exposed communities in the fight against COVID-19 through our long-term partner "VCause foundation".

What we've learnt

from this crisis is that we need to anticipate changes constantly and be ready to adapt with great agility, urgency and care.

When facing crisis of such magnitude, business has an important role to

play - must stay close to society and provide the needed support to ease the transition phase in the difficult times. Companies need to react rapidly and strongly support their customers, their employees, their partners and their communities. Furthermore, what we learnt during the most challenging times in the beginning is that business leaders must act with urgency and responsibility towards the new situation to ensure business continuity but by displaying solidarity, care, and genuine humanity.

The world and the business

will never be the same and I believe that the change will be the "new reality" we



ПРОМЯНАТА ЩЕ БЪДЕ

„новата реалност“, в
която ще живеем
оттук нататък

*Джордж Маргонис,
генерален мениджър на
Филип Морис България*

The change will be the
“new reality” we will live
in from now on

*George Margonis,
General Manager at
Philip Morris Bulgaria*

will live in from now on. We need to be agile and ready to adapt to the change and to the changing consumer needs. What was proved during this unusual period was that the consumer focus need to stay in every decision that we take in business and that consumers appreciate the provided customized solutions and care during challenging times such as the period of isolation.

At PMI

the customers' satisfaction

remains our guiding light and therefore we're glad that consumers appreciated

our efforts for remote and digital care, providing us with the highest ever NPS during the lockdown period.

We will continue to invest in the scientific research, development and improvement of our smoke-free platforms, which have received external scientific verification from government bodies, agencies and regulators around the world. What is important for us besides developing further our science behind these products, is namely the consumers satisfaction. We'll continue to invest resources to update and improve our products and customer care based on the

consumers' feedback and in order to meet consumers' needs and expectations.

As our Senior Vice President Global Communications Marian Saltzman states in her

2021 Global Trends

predictions businesses around the world will continue from now on to incorporate a purpose beyond profits, a trend that has already started a few years ago. That shift has been accelerated by the pandemic.

The article is published with the support of Philip Morris Bulgaria.

По-лесно, по-бързо, по-достъпно

Пандемията е предизвикателство за целия свят. COVID-19 нахлу твърде рязко и не ни даде време да анализираме и прогнозираме ситуацията. Управлението на кризи изискваше бързи и категорични решения в условия на пълна несигурност. Нашата компания дължи своето развитие и успех на гъвкавостта, устойчивостта и последователността.

Свързаност

Развитието на технологиите и дигитализацията се доближиха до хората със скорост, която никога от нас не би могла да си представи. Вероятно чак сега осъзнахме от колко голяма част от развитите информационни и комуникационни технологии бихме могли да се възползваме и какъв обширен хоризонт дават те. Вярвам, че това ще отвори нашето съзнание и любопитството ни, за да намираме и прилагаме нови възможности и решения. Защото те съществуват и се актуализират постоянно. Дигитализацията е тук, за да направи всичко не само по-модерно, но и по-лесно, по-бързо, по-достъпно. Дистанционното обучение например се оказва едновременно възможно решение, за да не спре образователният процес. Затова е важно да се съсредоточим върху решенията и възможностите и да им дадем шанс.

Решения чрез 5G

Епидемията от COVID-19 в световен мащаб е тежък тест и за глобалните системи за обществено здраве. И все пак нововъзникващите цифрови технологии, въведени в употреба, играят важна роля и при здравните системи. Неотдавнашно проучване показва, че добавянето на 5G към настоящата медицинска инфраструктура може да доведе до 1 млрд. допълнителни пациенти, лекувани в цял свят до 2030 г. В ситуацията на COVID-19 5G става възможно решение на много от проблемите.



“
Пандемията ни показва, че най-ценната инвестиция и сила е в човешките взаимоотношения, а те не се наемат с трудов договор
Дженсен Ли,
генерален мениджър на
Huawei Technologies
Bulgaria

Близост чрез технологиите

Технологиите силно компенсират социалната дистанция, с която сме принудени да живеем от началото на пандемията насам. И все пак срещите и разговорите на живо трябва да продължат, за да дадат пространство за развитие и усъвършенстване на технологиите. Но нека да търсим допирни точки, а не разделителни линии.

Уроците

Извлечените уроци от пандемията са по лидерство, устойчивост и съпричастност. Осъзнаването, че никога не е застрахован срещу болестта, ни даде усещане за равенство. А това според мен ни обедини и смири. Научихме, че в тази битка не се нуждаем от оръжия, а от хора, които да бъдат с нас, когато е най-трудно. Най-ценно е да имаме хора, на които можем да разчитаме - приятели, екип, съмишленици.

Хоризонт

Нашата цел е да доставим дигитални услуги и продукти за напълно свързан интелигентен свят до всеки човек, дом и организация. Ползите от цифровите технологии не трябва да са достъпни само за тези, които могат да си го позволят. Мисията на Huawei е да разшири ползите от технологиите за всички и навсякъде. За да постигнем това, разработихме стратегия за цифрово включване, която се фокусира върху три области: технология, приложения и умения. Ние вярваме, че технологията ще направи живота по-добър. Заедно можем да го осъществим.

Посланието

Нека приемем кризата като предизвикателство и като възможност да растем и да научим нещо ново. Да се наслаждаваме на дома и семейството си, защото те са нашата крепост.



Jensen Lee

Easier, faster, more accessible

The pandemic is a challenge for the whole world. COVID-19 arrived too abruptly and did not give us time to analyze and forecast the situation. Crisis management required quick and adamant decisions in conditions of complete uncertainty. Our company owes its development and success to flexibility, sustainability and consistency.

Connectivity

The development of technology and digitization have approached people at a speed that none of us could have imagined. Probably only now have we realized how much of the developed information and communication technologies we could benefit from and what a broad horizon they provide. I believe that this will open our consciousness and curiosity to find and apply new opportunities and solutions. Because they exist and are constantly updated. Digitization is here to make everything not only more modern, but also easier, faster, more accessible. Remote learning, for example, has proved to be the only possible solution to maintain the educational process. That is why it is important to focus on solutions and opportunities and give them a chance.

5G solutions

The global COVID-19 epidemic is also a severe test for global public health systems.

The pandemic has shown us that the most valuable investment and strength is in human relationships, and they are not hired through a labor contract

Jensen Lee, General Manager of Huawei Technologies Bulgaria

However, emerging digital technologies are also playing an important role in health systems. A recent study showed that the addition of 5G to the current medical infrastructure could lead to 1 billion additional patients treated worldwide by 2030. In the COVID-19 5G situation, many of the problems can be solved.

Proximity through technology

Technology has greatly compensated for the social distancing we have been forced to live with since the beginning of the pandemic. Still, live meetings and conversations must continue to provide space for technology development and improvement. But let's look for points of contact, not lines of division.

The lessons

The lessons learned from the pandemic are in leadership, resilience and empathy. The realization that no one is insured against the disease gave us a sense of equality. And that, in my opinion, united and humbled us. We have learned that in this battle we do not need weapons, but people to be with us at the most difficult times. The most valuable thing is to have people we can count on - friends, team, like-minded people.

Horizon

Our goal is to deliver digital services and products for a fully connected intelligent world to every person, home and organization. The benefits of digital technology should not be available only to those who can afford it. Huawei's mission is to extend the benefits of technology to everyone and everywhere. To achieve this, we have developed a digital inclusion strategy that focuses on three areas: technology, applications and skills. We believe that technology will make life better. We can do it together.

The message

Let us accept the crisis as a challenge and as an opportunity to grow and learn something new. Let's enjoy our home and family, because they are our castle.

Хювефарма, с производственото си дружество Биовет, се е доказала като водещ европейски производител в сферата на биотехнологиите, с повече от 60 години опит и традиции в областта. Компанията разполага с повече от 10 000 куб. м ферментационни мощности, разпределени в производствените ѝ локации в Пещера, Разград и Ботевград. Както и със заводи в САЩ, Италия и Франция. Хювефарма прилага биосинтез (ферментация) за производството на активни субстанции, фуражни добавки, пробиотици и готови за употреба лекарствени продукти за ветеринарна и хуманна медицина, овкуатели и ароматизатори, козметични субстанции, хигиенни продукти и хранителни добавки. Дейността на фирмата покрива целия процес - от научно-развойната дейност на продукта, през производството, продажбите и до крайния потребител. Може бързо да променя производствената си програма и да удовлетвори нуждите на пазара. Всичко това осигурява отлична ефективност и конкурентоспособност.



Нови мерки и нестандартни решения за бизнеса

Сблъсъкът с безпрецедентното изпитание Covid-19, пред което ни изпрати 2020 г., засега световната икономика и все още е предпоставка за трудности по отношение на бизнеса. Много компании в най-различни пазарни сектори са засегнати от сегашната ситуация и икономическа криза, което е изпитание за управляващите.

В момент, в който трябва да се взимат бързи решения с трудно предвидими последици, Хювефарма успя да задържи високото ниво на продуктивност и не освободи нито един служител въпреки трудностите, пред които беше изправен бизнесът. Веднага бяха въведени противоепидемични мерки, за да се осигури

безопасна работна среда

Преди официалното „затваряне“ на държавата, бяха обсъдени и обмислени необходимите организационни промени, касаещи работния процес, съобразено със ситуацията и епидемиологичната обстановка.

Целта на нововъведените промени беше да запазим функционирането на бизнеса, като опазим здравето на нашите служители и по този начин работният процес да продължи.

Достъпът на външни лица беше и все още е забранен както в заводите, така и в офис сградите. Ограничихме контакта на служителите между отделните етажи и офис отдели. Намалихме присъствието на хора в сградата, с цел избягване на тяхното струпване, като въведохме „хоум офис“ за отделите, в които е приложимо и не засяга работата на служителите.

Наложихме

задължителните епидемични мерки

В офис сградите и на работните места. Задължително е все още носенето на предпазна маска, осигуриме дезинфекция на всички етажи, асансьори и стълбища на всеки три часа. Запазването на здравето на служителите е равностойно на

функционирането на бизнеса. Благодарение на мерките и екипността съумяваме успешно да обслужваме клиентите си по цял свят и да работим върху нови проекти.

Като търговец на ветеринарно-медицинска фармация, Хювефарма ЕООД разпространява продуктите си в над 100 страни в различни континенти. Социално-икономическите мерки, взети от различните правителства на отделните държави във връзка с ограничаването на пандемията, бяха предпоставка за много трудности при доставките на продуктите до потребителите. Въпреки това управленският екип и специалистите на компанията се справиха успешно с различните регулации на всяка страна, за да осигурят необходимото на клиентите си.

Голямо изпитание

пред извършването на доставките бяха затворените граници, както и опашките с камиони там по време на първата вълна на епидемията.

Оказа се, че психологическата гледна точка на служителите по време на пандемия също е важна. Много от тях усетиха психологически натиск от нарастващия брой на коронавирусно заболели, което доведе до спад на продуктивността. Бяхме изправени пред безпрецедентен случай, в който трябваше да се поддържа добрият колективен дух, за да можем да продължим работния процес и развитието на бизнеса в новите условия.

Бяхме засегнати и от друга правителствена мярка – ограничаване на бизнес пътуванията по света. Ветеринарномедицинската сфера, която все още е консервативна, бързо трябваше да навлезе в новите реалности и да започне да ги използва за постигане на своите цели чрез онлайн общуване, онлайн срещи и уебинари.

Маркетингът на компанията

също претърпя промени поради наложените рестрикции. Като цяло най-съществената част от маркетинг стратегията на Хювефарма е присъствието на компанията в различни събития, изложения, семинари, конгреси и т. н. Очевидно през 2020 г. не успяхме да представим продуктите и дейността на дружеството и всички гати на форуми и събития все още се преустановяват.

Коронавирусът продължи да променя маркетинг плановете на Хювефарма. Започнахме по-усилено да работим върху дигиталния маркетинг, за да бъде на много високо ниво. Уебстраницата на компанията, както и профилът ѝ в социалните мрежи изграха ключово значение за поддържане на отношения с клиентите, както и за напомнянето за бранда. Необходимо беше напасване към новата реалност и въвеждане на уебинари и обучения на клиенти и партньори в онлайн среда.

От друга страна, епидемията

нов тласък

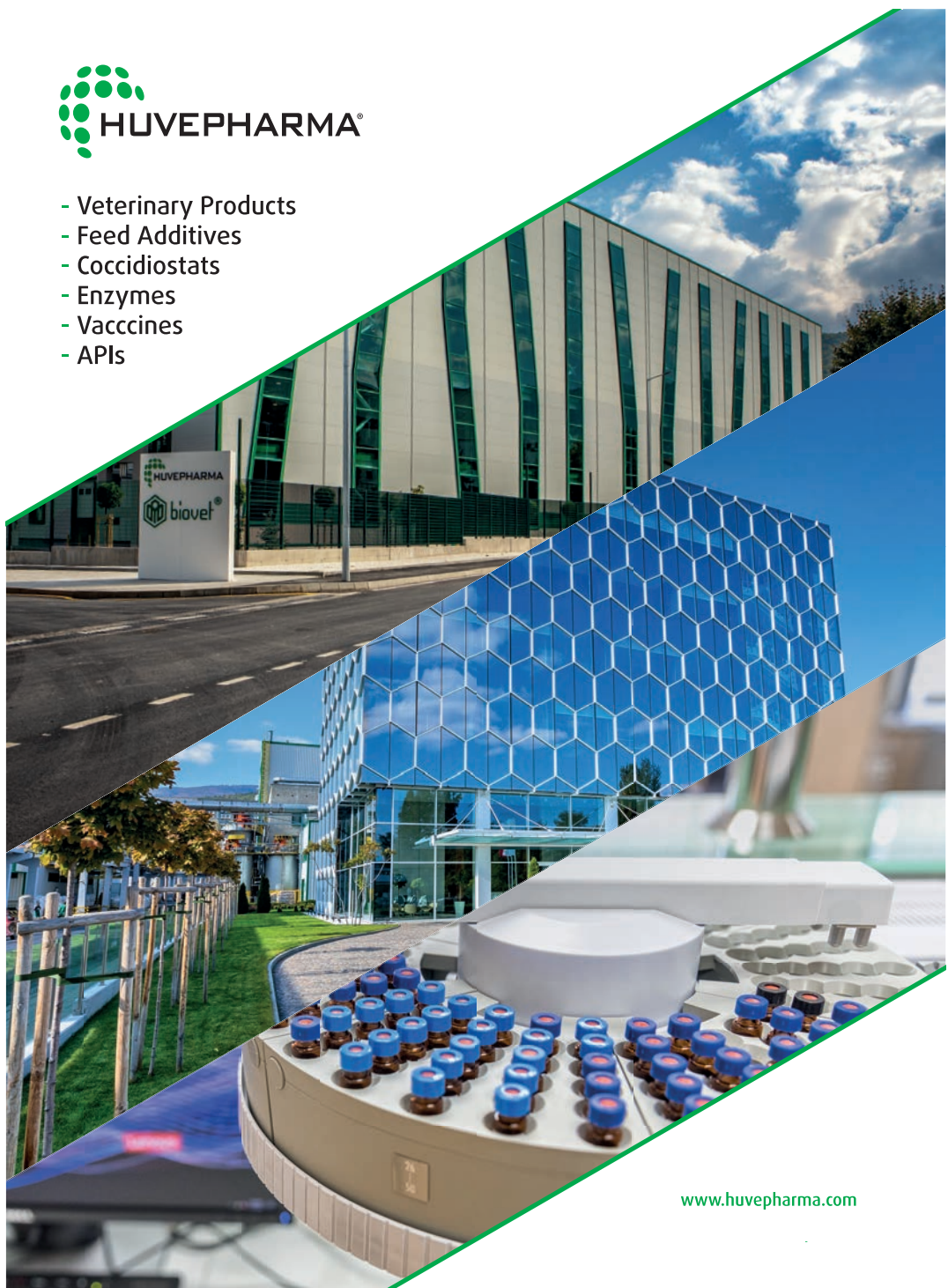
на ветеринарномедицинската сфера и хуманната медицина. Разширихме гамата си от хигиенни продукти, като създадохме, про-

изведохме и патентовахме дезинфектант за хуманна употреба „Хювесепт“, който вече е наличен в магазините. Редом с него компанията предлага и други по-мощни дезинфектанти.

Ние от Хювефарма искаме да уверим нашите клиенти и партньори, че работим на пълни обороти и сме готови да се справим с предизвикателствата, които ни е подготвила 2021 г. Имаме готовност и гъвкавост да задоволим нуждите на нашите клиенти, въпреки трудностите и пречките.



- Veterinary Products
- Feed Additives
- Coccidiostats
- Enzymes
- Vaccines
- APIs



Урок по киберсигурност

Един от уроците, които научихме от Covid-19, е, че киберсигурността на една компания винаги трябва да бъде на много високо ниво, тъй като сега има политика за работа от вкъщи. Работниците, които имаха възможност за „хоум офис“, трябваше бързо да се научат да се предпазват от хакерски атаки, защото според статистиката опитите за фишинг атаки са нараснали многократно спрямо предходната година. Компанията започна да провежда онлайн обучения на служителите си по киберсигурност.

New measures and non-standard



Huvepharma, with its manufacturing company Biovet is been proved as a leading European manufacturer in biotechnologies with over then 60 years' experience and traditions. The company has more than 10,000 m3 of fermentation capacity, distributed in its productions locations – Peshtera, Razgrad, Botevgrad. Also factories in USA, Italy and France. Huvepharma applies biosynthesis (fermentation) in order to produce active substances, feed additives, probiotics and ready-to-use veterinary and human medicine products, flavorings and fragrances, cosmetic substances, hygiene products and food additives. Company's activity covers the whole process – from product's research and development, through production, market sales and to the end user. The production's program could be fastly changed in order to meet the needs of the market. All this provides excellent efficiency and competitiveness.

The collision with the unprecedented test/ordeal - COVID 19 which was faced in front of us in 2020, affected world economy and it's still prerequisite for business difficulties. There are a lot of companies affected from the urgent situation and economic crisis, which is a test for the rulers.

In a moment like this, when fast and right decisions are needed, with unpredictable consequences, Huvepharma® kept the high level of production and also didn't release any employee despite the difficulties which faced the business.

Anti-epidemic measures were immediately introduced to ensure

a safe working environment

Before official lock down of the country, the necessary organizational changes concerning the work process in accordance with the situation and the epidemiological situation, were discussed and considered. The mission of newly

introduced changes was to maintain the business functioning with protecting our employee's health in order to continue the working process.

Access by outsiders is still prohibited in both factories and office buildings. We limited the contact of the employees between the separate floors and different office departments. We have reduced the presence of people in the building in order to avoid crowds by introducing a „home office“ for the departments where it is applicable and does not affect the work of employees.

We impose

mandatory epidemic measures

in offices and workplaces. It's still a must to wear a protective mask, there is also provided disinfection over all floors, elevators and stairs on every three hours.

Preserving the health of our employees is equivalent to the

solutions for business

functioning of the business. Because of the measures and good teamwork we succeed and still manage to successfully providing service to our customers all around the world and also work on new projects.

As veterinary pharmacy trader, Huvepharma Ltd. distributes its products in over 100 countries on different continents. Socio-economic measures, taken because of the various by different governments, were a prerequisite for many difficulties in delivering products to consumers.

However, the management team and the company's specialists have successfully dealt with the various regulations of each country to provide everything needed to their customers. Closed borders and also long lines of trucks were

a big test

faced in front of delivery process during the first wave of Coronavirus epidemic.

It turned out that the psychological point of view of the employees during a pandemic is also important. Many of them felt the psychological pressure from the growing numbers of coronavirus cases, which contributed to reduction in their productivity. We were faced with an unprecedented case in which the good collective spirit had to be maintained in order to be able to continue the working process and business development with the new conditions.

The company was also affected by another government measure - restricted business trips around the world. The veterinary-medical field, which is still conservative, quickly had to enter at the new realities and start using them in order to achieve its goals through online communication, online meetings and webinars.

Company marketing

also got changes due to the restrictions imposed in connection with the protection of the population from coronavirus. In general, the most important part of Huvepharma's marketing strategy is the company's presence in various events, exhibitions, seminars, congresses, etc. Obviously in 2020 we couldn't present the products and company activities. Also

all dates of forums and events are still suspended.

The Coronavirus keep changing the marketing strategy and plans. We started to work harder on company's digital marketing in order to be at a very high level. Our website, as well as social media communications played key role in maintaining of our relationship with customers as well as reminding for the brand. It was necessary to adapt to the new reality and start introducing/making webinars and trainings for clients and partners in online environment.

On another hand the pandemic

gave impetus

to the veterinary field and human medicine. We have expanded our range of hygiene products by creating, manufacturing and patenting the Huvesept® disinfectant for human use, which is now available at the stores. Along with it, the company offers other more powerful disinfectants.

Huvepharma would like to assure our customers and partners that we are working at full speed and we are ready to meeting the challenges that 2021 has prepared for us. We are ready and flexible to meet the needs of our customers, despite the difficulties and obstacles.



Cybersecurity lesson

One of the most important lessons that we've learned from Covid 19 is that the company's cybersecurity must always be on very high level, as there is now a policy for working from home. Employees who had the opportunity to work „home office“ had to quickly learn to protect themselves from hacker attacks, because according to statistics, attempts at „phishing“ attacks have increased many times over the previous year. The company began conducting online cybersecurity training for everyone.



Сигурното електроснабдяване остава ключово за ЧЕЗ България

- Господин Крал, как ръководената от вас компания се справи с ограниченията и предизвикателствата на пандемията?

- Секторът на комуналните услуги е твърде специфичен. Това не означава, че не беше засегнат от пандемията, по-скоро обратното. Потреблението на електроенергия чувствително намаля със затварянето на икономиката заради Covid-19 през пролетта на 2020 г., в резултат на което нашите приходи значително спаднаха. Както и за останалите бизнеси, основното последствие беше непредвидимостта и несигурността за бъдещето. Никой не знае

колко дълго ще продължат „временните мерки“. Разликата при нас е, че въпроси като „ще оцелеем ли“ и „възможно ли е да спрем бизнеса и после да го рестартираме“ не стоят. За нас това не е било въпрос на оцеляване.

За нас задачата беше да управляваме бизнеса си така, че на първо място да защитим здравето на служителите и клиентите си. В същото време трябваше да гарантираме непрекъснато снабдяване с електричество за икономиката, здравеопазването, образованието, националната сигурност, както и за домакинствата, които бяха поставени в съвършено нова ситуация на работа и учене от разстояние.

- Кои бяха най-важните стратегически решения, които помогнаха на компанията да се справи?

- Ние знаем, че каквито и мерки да бъдат взети за защита на общественото здраве и безопасност, те няма да бъдат ефективни без сигурно снабдяване с електроенергия. Това увеличи отговорността, която и без това носим, до най-високи нива. И най-доброто решение, което

взехме, беше да заложим на колегите си - служители от всички нива. Ние бяхме абсолютно уверени, че те ще се справят със ситуацията перфектно – ще намерят подходящото решение на всеки проблем, че ще бъдат достатъчно гъвкави и иновативни, за да намерят начин да изпълнят всеки ангажмент въпреки тежките рестрикции. Основната ни задача бе да им осигурим защитни средства като маски, ръкавици, дезинфектанти, както и подходящите средства за комуникация, които позволяват разделяне на екипите и минимизиране на контакта между тях.

Важното за нас беше да продължим с обичайния бизнес, но по нов начин – чрез използване на онлайн приложения, различна организация на труда и т.н.

- Как COVID-19 се отрази върху бизнеса ви?

- Нашите бизнес принципи не могат да бъдат променени от никаква криза. За разлика от други сектори, ние не можем да започнем да мислим за различни таргет групи от клиенти, различен портфейл от услуги и т.н. Нашата основна цел е непроменена. Ние трябва да осигуряваме електричество на клиентите си. Сигурното електроснабдяване е ключово за нас. Бих казал, че пандемията само ускори тенденцията, която наблюдаваме и по която вече работим, а именно дигитализацията на операциите ни.

- Има ли някакви въведени от вас промени, които смятате за позитивни?

- Не само заради COVID-19, но и заради стъпките в енергетиката към въглеродна неутралност, ние вече започнахме трансформацията си към дигиталното бъдеще. Това не включва само видимата страна на нещата – имам предвид „умните“ електромери с дистанционно отчитане – а всички елементи на мрежата. Ние ще трябва да имаме изцяло онлайн

поглед върху това, което се случва с всеки трансформатор, всеки километър кабел, всеки проводник и т.н. Ясно е, че в бъдеще мрежовите операции ще станат толкова комплексни и сложни, че без компютри и изкуствен интелект нито едно човешко същество не би могло да ги управлява самостоятелно. Ние знаем, че обслужването на клиенти също ще се дигитализира, че клиентите ни ще очакват да могат да комуникират с нас от домовете си, без нуждата да посещават физически нашите офиси. COVID-19 просто ни показва, че сме имали погрешни очаквания за това колко бързо тези изисквания ще станат факт. Смятам, че пандемията ни подтикна да ускорим процесите, които вече бяхме стартирали.

- Плашат ли ви „черните лебеди“ в енергетиката? Трябва ли по принцип да се страхуваме от тях?

- Бизнесът на комуналните услуги беше много консервативен в продължение на години и нашият цикъл на планиране е доста дълъг. Когато взимаме решение, ние винаги се опитваме да предвидим каква ще бъде ситуацията след 10, 15, 20 или дори повече години. Защото това е „полезният живот“ на нашите инвестиции. Ние не можем да си кажем „нека опитаме това и ако не работи, ще го променим догодина“. Нашият сектор е доста чувствителен към стабилността и предвидимостта. В този смисъл „черните лебеди“ са принципна заплаха. Да се страхуваме от тях би било напълно погрешен подход. Ние трябва да ги приемаме като факт. „Черни лебеди“ са се случвали в миналото и ще се случват в бъдеще. Всичко, което трябва да направим, е да приемем, че непредвидени събития неминуемо ще се случват – неща, които дори не сме си представяли. И да приемем факта, че няма как да сме подготвени за всичко. Но това, което можем да направим и трябва да направим, е да изградим себе си и организацията си по начин, който позволява да бъдем достатъчно гъвкави, за да бъдем способни да реагираме бързо и ефективно на всеки „черен лебед“. Трябва да управляваме бизнеса си така, че един-

Време е да изградим себе си и организацията си по начин, който позволява да бъдем достатъчно гъвкави, за да реагираме бързо и ефективно на всеки „черен лебед“

**Карел Крал
е председател
на УС и главен
изпълнителен
директор на ЧЕЗ
България ЕАД**



ственото постоянно нещо да е промяната, или иначе казано, трябва да се настроим за бърза и ефективна реакция на постоянни промени.

- Каква е Вашата Визия за енергетиката след 10 години?

- Това е въпрос за отделно интервю или дори книга. Ще се опитам да го опиша накратко. Енергетиката беше един от най-стабилните сектори в продължение на десетилетия. Десетилетия наред ние генерирахме и разпределяхме енергия по един и същ начин – чрез горене на изкопаеми горива в големи централи и после пренос и дистрибуция към крайните клиенти. Първият ядрен реактор се появява преди почти 80 години, а първата енергия, генерирана от него - преди 70 години. Другите сектори отбелязаха драматични промени, като например автомобилостроенето, банкирането, телекомуникациите и т.н.

Енергетиката обаче беше имунизирана в продължение на дълго време – до преди 15-20 години. Оттогава насам наблюдаваме постоянно развитие и вярвам, че преминахме периода на „детските болести“ и тепърва ще ставаме свидетели на още по-сериозно ускоряване на процесите. Всички научихме, че въглеродът, който се е трупал под земята в продължение на милиони години, впоследствие изгоря за по-малко от 200 години и освободен в атмосферата, ще има значителен ефект върху баланса в екосистемата. Като и цялата икономика, енергетиката също трябва да откликне. Вярвам, че бъдещето на човечеството е в електричество. Но ще видим промяна в стария познат модел на генериране на електричество в големи централи. Т.нар. „децентрализирано генериране на енергия“ (distributed generation) ще стане стандарт, независимо дали са слънчеви панели на покрива на всяка къща, ветърни паркове, геотермални източници, енергията на океана, малки модулни ядрени реактори и др. Заради това ще трябва да отговорим на най-важните въпроси – как да съхраняваме енергията и как да не я пилеем. Първият въпрос е свързан с технологията на батериите, водорода, кинетични хранилища и т.н. Вторият се отнася до енергийната ефективност на всяка сграда, моторно превозно средство и др. Убеден съм, че през следващите 10 години ще станем свидетели на ускорена научна и откривателска дейност за създаване на нови технологии и решения на техническите предизвикателства, които

COVID-19 е една малка неравност по пътя. Пандемията ни подтикна да ускорим процесите, които вече бяхме стартирали

мелства, които срещаме днес. Всичко това ще върви ръка за ръка с дигитализацията на всички мрежи, автоматизацията и използването на изкуствен интелект. Но не само технологиите ще се променят, бизнес моделът също ще претърпи промяна. Потребителите ще се превърнат в съчетание от производители и потребители (prosumers), като произвеждат и ползват енергия за собствените си нужди. Енергийните услуги, т.нар. ESCO, ще станат неразделна част от енергийния бизнес. Не мога да кажа как ще изглежда енергетиката след 10 години, но знам със сигурност, че няма да е като днешната. И вярвам, че ни предстои много интересно и предизвикателно бъдеще.

- Какво е посланието, което искате

да предадете на гружите?

- В Европа ние бяхме благословени с десетилетия на разцвет и стабилност без войни. Това ни накара да приемем ситуацията като гаденост и да повярваме, че сме на шофьорското място, гържейки здраво волана. „Невидимият“ вирус обаче ни показва, че грешим. Ние трябва да гледаме на собствените си постижения като на отговорност към тези, които идват след нас. Трябва да се стремим да им предадем икономиката, обществото, планетата в по-добра форма от тази, която сме наследили от нашите родители. Ключът към това е устойчивото развитие. Това означава, че винаги трябва да мислим дългосрочно – да инвестираме в образование, нови идеи, технологии, обмен на знания, споделяне на резултати и т.н. COVID-19 е една малка неравност по пътя. Ще има други, някои от които по-големи. Поуката, която трябва да си вземем от това, е да бъдем смирени и готови за това, което следва. По този начин ще се справим със сегашната пандемия и другите предизвикателства, които несъмнено ни очакват.



Karel Král is Chairman of the Management Board and Chief Executive Officer at CEZ Bulgaria EAD

business for some time and wait for better times to come?”. So, for us it was not a question of survival. For us it was a task to manage it in a way that we will protect the health of our employees and our clients first. And, at the same time to secure the uninterrupted supply of electricity for the economy, healthcare, educational system, state security and last but not least to households coping with a completely new situation with home office and online education.

- What were the most important strategic decisions which helped your company to survive?

- We have had in mind that whatever measures would be taken to protect

It is time to set ourselves and our business operation in a way that it will be flexible enough to be able to react quickly and efficiently to any “black swan” that comes

the public health and safety, without secure electricity supply they will not be effective at all. That increased the responsibility we already feel to its highest levels.

And the best decision we have taken was to bet on our colleagues, employees on all levels. We have had absolute confidence that they will cope with the situation perfectly. That they will find a proper solution to every challenge, that they will be flexible and innovative enough to find a way to finish every task despite the tough restrictions. We knew that our main task is to secure for them all appropriate tools needed in such difficult conditions. Being it protective equipment like masks, gloves, disinfectants as well as proper communication tools which would help split the teams and minimize the contact between the colleagues to the absolute minimum. And mainly, despite all the restrictions, to run the “business as usual”, just in another way, using online tools, different organization of work etc.

- How did COVID-19 affect your

Karel Král

Secure Energy Supply remains crucial to CEZ Bulgaria

- Mr. Kral, how the company, you are managing, cope did with the restrictions and challenges brought by COVID-19 pandemic?

- The utility sector is a quite specific. Not that it was not affected by the pandemic. Rather vice versa. It was, and it is, affected as any other business. The electricity consumption declined

heavily as the economy was shut, so also our revenue lowered significantly. And the major impact, as for the others, was the unpredictability and uncertainty of the future. No one knows for how long we must arrange the “temporary measures”. But the difference is that there was no question like “will we survive it?” or “shall we suspend the

business?

- Our basic business principles cannot be changed by whatever crisis. Unlike some other sectors, we cannot simply start to think about different target client groups, different product portfolio or anything like this. Our main goal remains the same. We must securely deliver electricity to our customers. The key remains the same – security of supply. I would say that the pandemic just accelerated the trends we had already seen and on which we had been working already. I mean the digitalization of our operations.

- Have you implemented any changes that you consider to be positive?

- Not only because of COVID-19, but also because of the trends in the energy sector and the target for carbon neutral economy, we have already started our transformation to digital future. This means not only the most visible part - smart or, better say distantly read meters - this includes all grid elements. We will have to have fully online view on what is happening in every transformer, every kilometre of cable, overhead line, etc. It is clear for us that in the future the grid operation will become so complex and sophisticated that without computers and artificial intelligence no human being can manage and dispatch it on their own. We knew that also the client services will be digitalized, that our customers will expect to be able to communicate with us from their homes, remotely, without the need to come to us physically. So COVID-19 just showed us that we had been wrong in anticipation how fast these requirements would become a fact. So, I believe that the pandemic showed us that we must speed up on the path we have already started.

- Are you afraid of "black swans" in the energy? Should we be wary of them in general?

- The utility business was for years very conservative and our planning cycles are rather long. When taking decisions, we always must try to predict what the situation will be in ten, fifteen, twenty or even more years. Because that is the "useful life" of our investment. We cannot say to ourselves "let's try this, if it doesn't work, we are going to change it next year". Therefore, the sector is very sensitive to stability and predictability. So, any "black swan" is in principle threat. To be scared from them would be a completely wrong approach. We have to take them as a simple fact. Black swans happened in

the past and they will be happening in the future also. All we must do is to be aware that inevitably something will happen what we had not foreseen, what had been unimaginable for us. And to accept the fact that we cannot prepare for everything. But what we can do, and what we must do, is to set ourselves and our business operation in a way that it will be flexible enough to be able to react quickly and efficiently to any "black swan" which will come. We have to manage our business in a way that the only "constant" is the "change", or better said, we must set our minds that our role is to react quickly and effectively to constant changes.

- What is your vision for energy sector in 10 years?

- Well, this is a question for a separate interview or even a book. I will try to describe it in a few sentences. The energy sector was one of the most stable ones for decades. For decades we have been generating and distributing electricity in the same way. By burning fossil fuels in big power plants and then transmitting and distributing it to end consumers. Even the first nuclear reactor was launched almost 80 years ago, and the first electricity generated from it almost 70 years ago. The other sectors faced dramatic changes, being it automotive, banking, telco... But the energy sector was immune for a long time. Until 15, 20 years ago. Since then we are witnessing constant development and I believe that we have passed the period of "child diseases" and we will see even much more acceleration. We learned that carbon, which has been stockpiled underground for millions of years, burned in less than 200 years, and released into the air will have significant impact on the balance in the ecosystem. And, as the whole economy, also the energy sector needs to react. I believe that the future of mankind is electric future. We will see that change in the long-term known model of electricity generation in big power plants. The so-called "distributed generation" will become a standard. Being it solar panels on the roof of nearly every house, wind farms,

geothermal sources, energy of ocean, small modular nuclear reactors, etc. Due to that we will have to solve the most important questions – how to store the energy and how not to waste it. The first question relates to the technology of batteries, hydrogen, kinetic storages, etc. The second refers to the energy efficiency of every building, vehicle etc. I am confident that in the next ten years we will see accelerating pace of discovery of new technologies or solutions of the technical issues we are facing today. All this will go hand in hand with the digitalization of all grids, automation and implementation of artificial intelligence. But not only the technology will change, the business model will also change. Consumers will become prosumers, consuming, and producing electricity for their own needs. The energy services, the so called ESCO, will become integral part of the energy business. And so on, and so on. I cannot say how the energy sector will look like in ten years. For sure it will not be the same as today. And I am

convinced that there is very interesting and challenging future in front of us.

- What is your message you would like to pass to the others?

- In Europe, we have been gifted with decades of well-being, no wars and stability. That drove us into the opinion that it is to be taken for granted and that we are in the driver's seat holding the steering wheel firmly in our hands. The "invisible" virus showed us that we have been quite wrong. We should think about our achievements as a responsibility to our heirs. We should strive to hand over to them the economy, society, planet, in better shape than we have got it from our parents. We should keep in mind that the key for that is in the sustainable development. Which means that we should always think long term. Invest into education, new ideas, technologies, support exchange of knowledge, sharing of results, etc. COVID-19 was a little bump on that road. Others might come, some of them even bigger. We should learn from that experience that we must be humble and be ready for the next to come. And like that we will cope with the current pandemic as well as with any other to come.

COVID-19 was a little bump on that road. The pandemic just accelerated the trends we had already seen and on which we had been working already

