

ИКОНОМИКА

Какво
идва
след днес

Пълна
кариерна
промяна

Сигурното
убежище
за парите

НИКОЛАЙ АНДРЕЕВ:
ЛИДЕР СМЕ В
ДИГИТАЛНАТА
ТРАНСФОРМАЦИЯ

NIKOLAY ANDREEV:
WE ARE LEADING
THE DIGITAL TRANSFORMATION





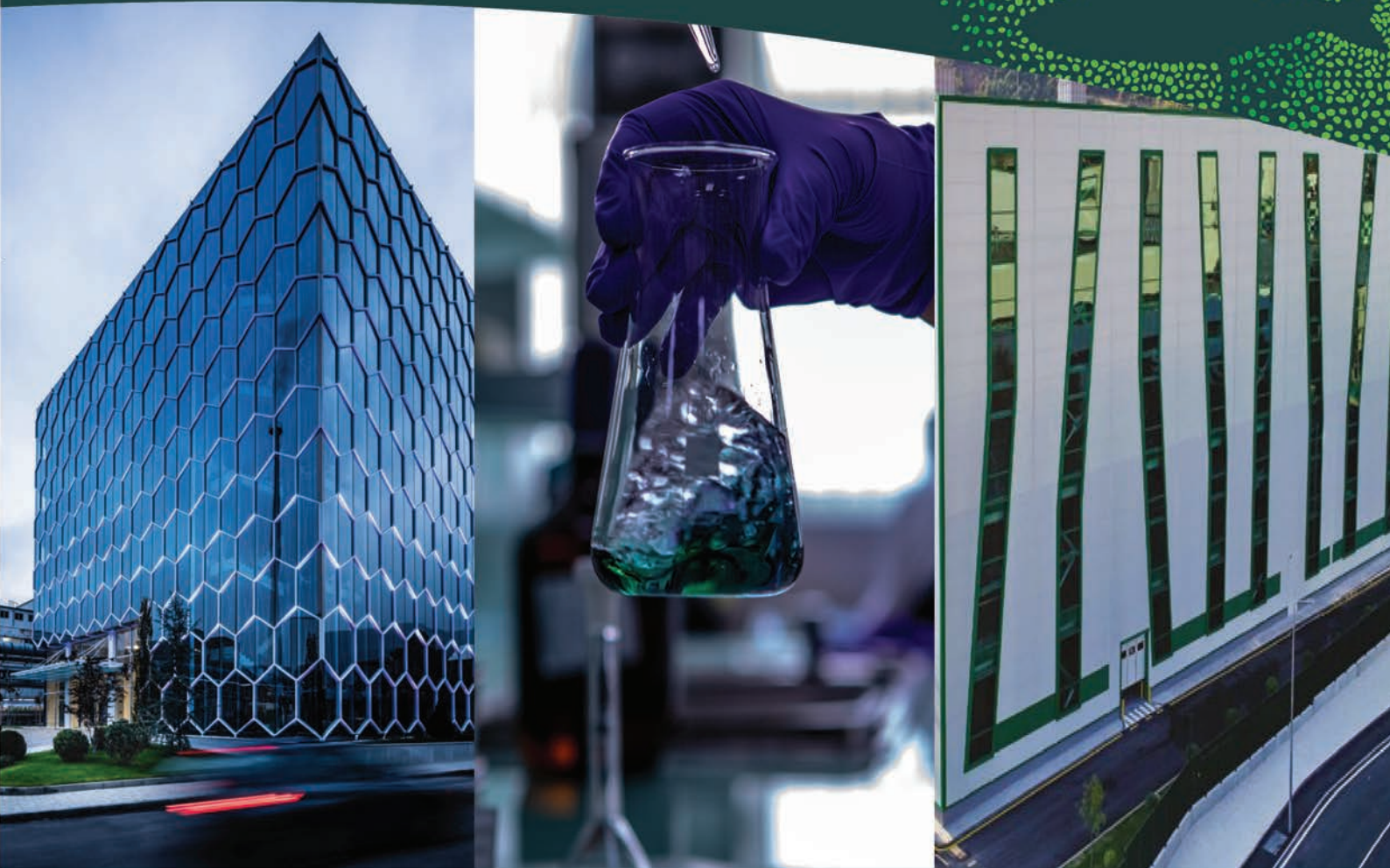
Postbank

P R E M I U M

ОТКРИВАМЕ
НОВИ
ХОРИЗОНТИ
ЗА ВАС!

ИЗБЕРЕТЕ СЕГА
ЕКСКЛУЗИВНО
ОБСЛУЖВАНЕ

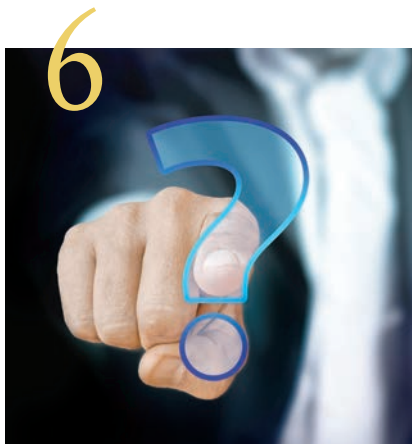
- Индивидуални финансови решения
- Високо ниво на обслужване от личен банкер
- Обадете се на специалната линия в Premium call center – 0800 18 333



www.huvepharma.com

Shaping livestock solutions





6.....Какво идва след днес

14.....Николай Андреев:
Лидер сме в дигиталната
трансформация
*Nikolay Andreev: We are
leading the digital
transformation*

22.....Ще имаме ли ток и газ

26.....Възобновяема
антикризисна мярка за
индустрията

28.....Н. Пр. Тамара Лилуашвили:
Мирното сътрудничество
и диалогът са ключът към
нашето бъдещо
съществуване
*N. E. Mrs. Tamara Liluashvili
Peaceful cooperation and
dialogue is the key to our
future existence*

32.....Пионерската визия
на „Хювефарма“
*The pioneering vision
of "Huverpharma"*



38.....Къде е сигурното
убежище за парите

42.....Андриан Йосифов:
Потребителският
кредит е инструмент
за пестене на време

44.....Европейски средства
за българския бизнес

46.....Владимир Доков:
Избирам честната игра
и развитието

48.....Туризмът и неговото
ново място под слънцето

52.....Ехо от кризите

56.....Неохим и силата
на растежа

58.....INSAIT, или как
мечтата
става реалност



60.....Презареждане на микро- и
наноелектрониката
в Европа

64.....Социалният модел на
„Аурубис България“

66.....Пълна карьерна промяна

70.....Silence - звукът на
щастливите градове

72.....Шампиони на площадките
за игра и спорт

74.....Път към забравеното
майсторство

76.....BG био мед от хоби
до световна суперхрана

78.....В царството на
лютите чушки

80.....Фермери в града

82.....За да ражда земята
ни повече

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

Дизайн: Бранд Медия България ЕООД; Фото: Красимир Свраков; Фото корица: Александър Нишков

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

84



84.....Божидар и корените
на съвременния град

86.....Виктория Бешлийска:
Камбаните бият за тези,
които чуват

90.....Проф. д.ф.н. Цочо
Бояджиев: Нека всички
да си зададем въпроса
„Как така?“

ИКОНОМИКА
lifestyle

96.....Модни фантазии

98.....Съвършената
симбиоза на
контрастите
*The perfect symbiosis
of contrasts*

102...Ерик и Къщата
с мандарините

104...Бижута от шоколад

106...Да владееш световните
пазари с традиция и
постоянство

108...Иван Грозев и ходът на
модерната индустрия

110...Римските
матрони
измислиха
микрокредитите

112...Наивна ли е
инвестицията в
арт наив

114...Арт сътворения

116...Аромат на
лято с
ментов микс

118...Сардиния: остров с
древно лице



*Невена Мурчева,
главен редактор*

ПЕРФЕКТНАТА БУРЯ

След две години на пандемия и шокови промени всички очаквахме връщане към нормалността. Но първо ни връхлетя ценова буря на енергийните ресурси, а после и военен конфликт, който загълбочи рисковете пред икономиката и бизнеса. Динамиката се ускорява и сякаш влизаме от криза в криза. Перфектният „черен лебед“ – по определението на Насим Талеб за непредсказуемите глобални събития, които прекрояват света такъв, какъвто вече го познаваме. Постоянната трансформация обаче не е само проклятие, а дава възможност за креативност и възможности за бизнеса, показва темата на броя ни. Предприемачи и мениджъри правят своите прогнози за това какъв ще е светът ни след бурята.

Бързите промени засягат всички сектори, но най-силно ускорението им се усеща в технологиите, които ни пренасят в новия дигитален свят, посочва Николай Ангреев, главен изпълнителен директор на „Виваком“ – лице на корицата ни през май. С него разговаряме за ползите от ускорената дигитализация, иновациите и вълнуващите предизвикателства на стартиралото вече пътуване към дигиталната вселена.

В броя ви очаква разнообразие от теми - от градското фермерство и лютите чушки, през индустрията, изкуствения интелект и високите технологии, чак до литературата, изобразителното изкуство и философията. В чест на 24 май и гения на българския талант, който не знае предели.

Приятно четене!

Какво
игра след
ДНЕС



ТРУДНО Е ДА СЕ РАБОТИ ВЪВ ВРЕМЕ НА ПОСТОЯННИ ТРАНСФОРМАЦИИ, НО ПЪК ТОГАВА СМЕ ПО-КРЕАТИВНИ, ПО-БЪРЗИ И ОТКРИВАМЕ НОВИ ВЪЗМОЖНОСТИ

✍ **Татяна Явашева**

Живеем в интересни времена. Динамиката се ускорява, връхлитат ни неочаквани промени и от криза в криза преминаваме през различни трансформации.

Летят „черни лебеди“

както сподручливо американският математик и икономист Насим Талеб нарече глобалните събития, които никога не е прогнозирал. Пандемията и внезапната война недалеч от нашите граници прекрояват света ни.

Да живееш в интересни времена е проклятие - и това си го повтаряме от години насам, приписвайки твърдението на Конфуций или на древните китайци. То обаче за първи път е произнесено от Робърт Ф. Кенеди по време на негова реч през 1966 г. в Кейптаун, Южна Африка. Вече дори не се питаме защо

интересните времена

да са проклятие за човечеството, тъй като бързата промяна, от която следват нови и нови предизвикателства, изтощава всички - и хората, и бизнеса.

Трудно е да се работи при постоянни трансформации. Но пък това ни кара да сме по-креативни, по-бързи и да откриваме нови възможности. Компаниите и техните мениджъри са принудени да търсят нови форми на съществуване, нов път и нови пазари, след като многократно си задават въпроса

Ами сега?

и намерят отговор, който да позволи с уверена крачка да продължат напред след поредния завой. До следващото препятствие, до следващото „Ами сега?“, но кой ни е обещавал кратки кризи и дълги периоди на относително спокойствие...

Четирима представители на бизнеса със своя гледна точка към изпитанията, които ни връхлитат:



WORLD WILL CHANGE NOW



Below the main image, there is a section of text in a smaller font, which appears to be a news article or a report. The text is partially obscured by the hand holding the newspaper. There is also a small graphic or table below the text, but its details are not clearly visible.

КИРИЛ БОШОВ:

Кризата е новото нормално



Кирил Бошов е председател на УС на Еврохолд България АД и главен изпълнителен директор на Евроинс Иншурънс Груп

Сложната ситуация:

Предизвикателствата са много и никога не ги е превиждал, или поне не чак в такъв мащаб. Виждам най-вече нашия регион - Източна Европа. Още преди две години, когато започна пандемията от COVID-19 и на фона на принудителното затваряне, беше ясно, че световната икономика ще претърпи промяна. Тогава въпросът беше колко дълго ще продължи тази промяна и колко значима ще е. Станахме свидетели на огромни финансови инжекции, държавна подкрепа и помощи, на безпрецедентно разкъсване на глобалните вериги за доставки. В миналото след големи кризи много анализатори са предупреждавали как животът вече няма да е същият и светът е различен. В течение на времето след това реалността често е опровергавала тези очаквания. След пика на пандемията животът ни постепенно се нормализира и се завърна към обичайния си ритъм преди появата на вируса. В същото време промени настъпиха и те нямаше как да бъдат избегнати. Пандемията ни накара да оценим положителните страни на работата от разстояние и дигитализацията на системите, процесите и дейността. Такива кризи в крайна сметка са донякъде и шанс да подобрим процеси и дейности, да отсеем важните от по-маловажните неща. И не трябва да си правим илюзии - предизвикателствата ще останат. Въпросът е доколко подготвени сме, за да ги посрещнем.

Най-трудният момент:

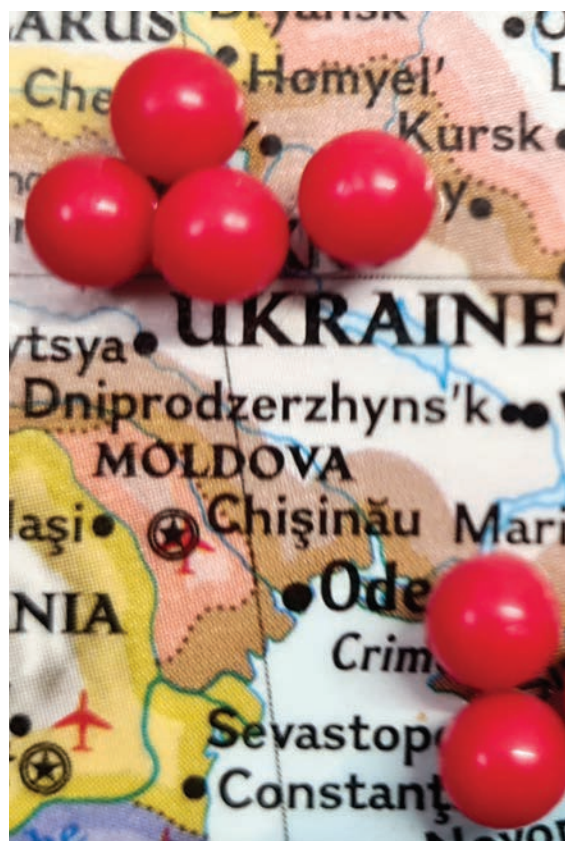
Безспорно това е войната в Украйна. Тя беше стрес, на който се наложи да реагираме бързо - още в първия ден започнахме да обсъждаме какво да правим с бизнеса ни там. Като отговорна компания сме си подготвили план за форсмажорни обстоятелства във всяка държава, в която имаме дейност. Паралелно започнахме да организираме изтеглянето на нашите служители и дистанционната им работа. Евакуирахме успешно група от 80 души, повечето от които жени и деца на наши колеги. На всички тях осигурихме подслон, храна и медицинска грижа на хубаво място в България. Независимо от военните действия, и двете ни компании в Украйна продължават да извършват дейност и премийните им приходи за март са в размер на около 30% от тези през същия месец на 2021 г. През миналата година имахме отлични резултати в Украйна, бизнесът нарасна с близо 40%, реализирахме близо 3 млн. лв. печалби, много добре тръгна и януари, с ръст по всички показатели. И в един момент - война. Въпреки това се организирахме и продължихме дейността си там.

Адаптивност:

Формули за управление няма, бизнес не се управлява с готови рецепти. Най-важното е всяка промяна да се съобразява с нашите клиенти и партньори, със служителите ни. Трябва да се адаптираме. Най-ценният урок от последните няколко години е да свикнем, че кризата е новото нормално. Така трябва да се настроим психологически и като бизнес, да не чувстваме тези моменти като извънредна ситуация, а като част от новата нормалност за правене на бизнес.

Работещият модел:

Когато имаш ясна стратегия за инвестиции и план, не бива той да се променя рязко в зависимост от една или друга криза. Повечето от най-добрите ни инвестиции в годините назад са правени в моменти на криза. Например отварянето на гръцкия ни офис през 2014 г. в деня, в който Гърция изпадна в дефолт. А 8 години по-късно това е едно от най-добрите ни застрахователни поделения. Друг пример - взехме решение да излезем от автомобилния бизнес и това не се промени нито от COVID-19, нито от войната в Украйна. Заявили сме, че стратегията на „Еврохолд България“ ще бъде застраховане и енергетика. И продължихме с продажбата на компаниите от автомобилното ни направление. Фокусът ни остава върху инвестициите и развитието на тези два основни бизнеса. От позицията на времето се вижда, че това е правилна стъпка.



КОГАТО ИМАШ ЯСНА СТРАТЕГИЯ ЗА ИНВЕСТИЦИИ И ПЛАН, НЕ БИВА ТЕ ДА СЕ ПРОМЕНЯТ РЯЗКО В ЗАВИСИМОСТ ОТ ЕДНИ ИЛИ ДРУГИ ОБСТОЯТЕЛСТВА

Д-р инж. БОРЯНА МАНОЛОВА:

Промените настъпват все по-бързо



Д-р инж. Боряна Манолова е главен изпълнителен директор на Siemens за България, Северна Македония и Украйна

МИСИЯТА НА КОМПАНИИ КАТО SIEMENS Е ДА СА ДВИГАТЕЛИТЕ НА ТАЗИ ТРАНСФОРМАЦИЯ

Светът около нас:

Ако трябва само с няколко думи да опиша ситуацията, ключовата е - нестабилност. Войната в Украйна, избухнала непосредствено след затихването на пандемията, задълбочи съществуващите проблеми в глобалната икономика и веригите на доставки и направи несигурни всякакви прогнози. Ако все пак има нещо сигурно, то е, че с всеки ден, в който продължават военните действия, перспективите за икономиките на Стария континент и извън него стават все по-мрачни. Но вярвам, че Европа, част от която е България, ще успее да се възстанови сравнително бързо, както вече е ставало.

Най-трудният момент:

Последните две години бяха истинско предизвикателство за повечето бизнеси и изправиха мениджърите пред не една дилема от типа „Ами сега?“.

За мен като ръководител на Siemens България един от тези моменти бе в самото начало на пандемията, когато трябваше да преминам буквално за броени дни от офис към дистанционен режим на работа. Тогава имах своите съмнения

дали и колко бързо екипът ще успее да се нагоди към новите условия, но те се оказа безпочвени. Другият такъв момент бе избухването на войната в Украйна.

Нова позиция, нови отговорности:

През януари 2022 поех ръководството на Siemens в Украйна, непосредствено преди началото на конфликта. Оттогава моите усилия, както и на целия мениджърски екип, са насочени към това да подпомогнем с всичко възможно нашите колеги и техните близки, засегнати от войната.

На глобално ниво Siemens категорично се противопостави на нахлуването в Украйна и застава зад призивите за мир. Концернът се обяви в подкрепа на санкциите, наложени срещу Русия, и преустанови всички нови бизнес операции и международни доставки във и за Русия и Беларус. Чрез организацията Siemens Caring Hands компанията дари 1 млн. евро на Червения кръст, като освен това удвоява даренията на служителите. Вече са събрани над 10 млн. евро. Регионалните дружества, включително Siemens България, също иницираха собствени кампании за набиране на дарения в пари и стоки за Украйна.

Правила за гъвкаво управление:

През последните години повечето бизнеси научиха от собствен опит, че колкото и подготвени да са, колкото и добре разработени кризисни планове да имат, събитията винаги може да ги изненадат. Затова първото правило за мен е да бъдем гъвкави и да презърнем промяната, иначе тя ще ни помете. Второто най-важно нещо са нашите служители, както и нашите клиенти и партньори, да бъдат сигурни, че могат да разчитат на пълната ни подкрепа и съдействие.

Работещият модел във времена на несигурност:

Трансформацията е навсякъде около нас - в бизнес моделите, в технологиите, в очакванията на потребителите, в пазарните изисквания, и ние трябва да сме готови да отговорим.

Технологични гиганти като Siemens не може просто да се носят по гребена на вълната. Мисията на компании като нашата е да бъдат двигателите на тази трансформация, без да губят от поглед крайната цел: да са в полза на хората.





Амир Хофман е изпълнителен директор на HCS – Sales Recruitment Worldwide

ПРОФЕСИОНАЛИСТИ
ОТ РАЗЛИЧНИ СФЕРИ
МОЖЕ ДА РАБОТЯТ ОТ
ДИСТАНЦИЯ ЗА ЦЯЛ СВЯТ, А
БИЗНЕСЪТ ДА НАМИРА ХОРА И
ПАРТНЬОРИ В ОТДАЛЕЧЕНИ ЗА
НЕГО РЕГИОНИ

АМИР ХОФМАН:

Да се възползваме от добрите ефекти на глобализацията

Светът през моята призма:

За бизнеса, свързан с подбор на персонал, настоящият момент е благоприятен от технологична гледна точка. В тази постпандемична обстановка хората все повече привикват към модела на работа от вкъщи. Компаниите също възприемат този модел, за много от тях той се оказва изключително ефективен и по отношение на финансовите им резултати. Тази обстановка създава сценарий, в който много фирми започнаха да се разрастват и да навлизат на нови пазари по цял свят. В бизнеса, свързан с подбор на персонал, тези тенденции обуславят растеж сред компаниите и те масово започват да наемат служители. И ако могат да намерят партньори, които да им съдействат с това на глобално ниво, толкова по-ефективен ще бъде този процес. Затова бих определил ситуацията като възможност за просперитет, макар и в условия на възстановяване от пандемията и в тъжния контекст на войната в Украйна.

Предизвикателствата:

За нас лично предизвикателствата са в това да приложим правилния подход към правилните кадри, за да може експанзията на бизнеса да бъде ползотворна и позитивна. Ако бизнесът няма правилната стра-

тегия за разрастване, ефектът не би бил продуктивен. Затова ние като партньор следва да ръководим процеса по правилния за нашите клиенти начин. Същите правила са валидни и за нашата компания. В момента ние се намираме в ситуация, в която клиентите, които преди ни доверяваха от 2 до 5 роли, сега очакват 15-20 нови попълнения. Всичко се категоризира като „спешно“ и ние трябва да преценим кое наистина е с неоптиможен характер.

Затова се насочихме да привлечем правилните хора към нашия екип, след което заедно с тях планираме подхода напред.

Украйна като пазар:

Досега не сме имали клиенти или отворени позиции в Украйна. Но сме в готовност да наемем опитни кадри от Украйна за нашия екип, този на HCS.

В този все по-несигурен, но глобален свят:

Убеден съм, че ще дойде по-добро време, макар да е трудно да запазиш позитивизъм в период на война. Сега всеки е фокусиран върху кризата. Ние виждаме благоприятните ефекти от глобализацията и именно опирайки се на нея, професионалисти от Украйна с международен професионален опит сменят локации и намират нови работни позиции. Трансграничният ефект е, че хората вече оперират от всяко кътче на света и това позволява на компаниите да наемат служители от цял свят.

Бизнес в новата реалност:

Нашата дейност е изцяло съобразена с тази нова реалност. Тя създава сценарий, в който без значение в каква индустрия работи човек – фармацевтична, правна, финансова, повечето от хората са в състояние да се справят с работата, без да напускат дома си. Нашият международен екип също следва модела на работа от разстояние. Бизнесът на HCS е насочен към компании, разрастващи се в нови региони и гъвкави в наемането на персонал от държава, за които дори не са си помисляли преди. Организации, които искат присъствие в Азия, може да изградят екип с представители в Тайван, Китай и Япония, а не са принудени да се ограничават в една-единствена държава. Затова създадохме нашата Международна партньорска програма, насочена към опитни специалисти в подбор на персонал, които да се присъединят към глобалния ни екип.





ГЕОРГИ ЖЕКОВ:

Възстановяването от големия спад ще е бавно

ОТЛОЖЕНИТЕ ИНВЕСТИЦИИ И ОПТИМИЗИРАНЕТО НА РАЗХОДИТЕ ОЩЕ ДЪЛГО ЩЕ ПОТИСКА ИКОНОМИЧЕСКОТО РАЗВИТИЕ И ЕКОЛОГИЧНИТЕ МЕРКИ

Под натиск:

Докато войната в Украйна продължава и COVID отказва да изчезне, много професионалисти във виното се чудят кога животът ще се върне към нормалното. Произтичащият от това икономически спад е най-сериозната заплаха за лозаро-винарската индустрия. Едновременно въздействие на пандемията и високата инфлация в целия свят доведе до глобален спад на износа на вино. Индустрията очаква много бавно възстановяване на туризма и на износа, но и по-нататъшно влошаване на икономическата ситуация през 2022 г. Има опасение, че намаляването на разходите и отложените инвестиции също ще забавят адаптацията на лозаро-винарския сектор към изменението на климата и подобряването на екологичната устойчивост.

Предизвикателствата:

Очакваното отрицателно въздействие върху глобалната икономическа ситуация е най-важното предизвикателство пред винената индустрия тази година. Фирмите, засегнати от кризата, се принуждават рязко да намалят разходите си, за да оцелеят.

Руският пазар и подходът към него:

Руският пазар е в застои. Там имаме биз-

нес партньори с дългогодишни договорни отношения. Последният износ на наши вина за Русия беше през декември 2021 г. и когато войната започна, всички заявки и плащания вече бяха изчистени. Руският пазар е традиционен за български вина. Очакваме да продължим да изнасяме в Русия, след като нещата се нормализират.

Реакция на кризите:

Търговците на вино очакват ценовата чувствителност на купувачите да нарасне, но се надяват да се увеличи търсенето на регионални и устойчиво произведени вина. Внезапният срив на важни канали за продажба и на пазари за износ вероятно ще доведе до по-голяма диверсификация за винопроизводителите, за да се понижи зависимостта им и рискът при отделните канали и пазари. Производителите ще се опитват да преминат главно към директен бизнес с клиенти.

При трусове и ускорена трансформация:

Според нас работещият бизнес подход е да се инвестира. През последните две години сме вложили над 7 млн. лв. в лозя, техника, оборудване и инфраструктура в избите. Днес „Винекс Славянци“ разполага с най-модерната техника от реномирани производители на машини. Това е първата българска винарна, сертифицирана за честна търговия и справедлив живот Fair trade/Fair for Life от международната организация IMOЕсocert. Приехме тази концепция и ценностна система, този начин на правене на бизнес, фокусиран върху опазване на околната среда с грижа за хората. Компанията стимулира образованието и дава стипендии за успех на децата на свои-



Георги Жеков е изпълнителен директор на „Винекс Славянци“ АД

те работници и служители. Направени са големи инвестиции, с които са изградени три пречиствателни станции във винарските изби на дружеството в Славянци, Сунгурларе и Лозарево, пет инсталации със соларни панели за електроенергия, въведена е система за управление на отпадъците, използват се екологични опаковки и екологичен железопътен транспорт. Има и система за намаляване на пестицидите в лозарството, което в района на Сунгурларската долина има дългогодишни традиции. ☞



НИКОЛАЙ АНДРЕЕВ:

ЛИДЕР СМЕ В
ДИГИТАЛНАТА
ТРАНСФОРМАЦИЯ

Голяма е вероятността до две години
в България да се появи първото
предприятие от Индустрия 4.0

————//————

NIKOLAI ANDREEV

WE ARE LEADING
THE DIGITAL
TRANSFORMATION

IT IS HIGHLY LIKELY THAT WITHIN THE NEXT TWO
YEARS BULGARIA WILL HAVE ITS FIRST
INDUSTRY 4.0 ENTERPRISE

• ИНТЕРВЮ •

Николай Андреев е главен изпълнителен директор на Vivacom от декември 2021 г. Предишната му позиция е на главен изпълнителен директор на „Нова Броудкастинг Груп“, която заема от началото на 2019 г., като преди това е финансов и административен директор на групата в продължение на 10 години. Бил е финансов директор и директор „Връзки с инвеститорите“ в „Девин“ АД. Заемал е различни финансови позиции за България и страните от Централна и Южна Европа в международната корпорация „Юниливър“. Бил е изпълнителен директор и член на Съвета на директорите на „Екопак България“ АД, както и член на Съвета на директорите на „Екором Амбалаж“ АД – Румъния. За принос към развитието на професията през 2014 г. е отличен като „Най-добър финансов директор“ на форума „CFO of the Year“ на Forbes и EY.

✍ **Татяна Явашева**

- Г-н Андреев, наскоро поехте управлението на Vivacom. С какво ви изненада компанията?

- Приятно ме изненада с желанието си да развива все по-висококачествени продукти, да надгражда и да предлага повече и повече на своите клиенти. Това е много предизвикателно, защото в нашето съвремие пред телекомуникациите постоянно се разкриват много по-големи възможности от традиционното предлагане на гласови услуги и интернет. Vivacom е част от бързо настъпващата промяна в начина, по който живеем и работим. Ние сме „сърцето“ на тази промяна.

- Вече сме на високоскоростната лента на дигитализацията и свързаността. Накъде вървим, накъде ни водите?

- Пътуваме към дигиталния свят. Младото поколение вече е там и всички се движим в посока към мета вселената. Пандемията беше сериозен ускорител на това пътуване. Добрата новина за телекомите в България е, че направените през годините инвестиции позволиха бърза трансформация. Vivacom успя да предоставя на клиентите си висококачествени услуги без затруднения, въпреки повишения трафик по време на извънредната обстановка. И в резултат смятам, че вече сме по-готови да се змурнем в дигитално то си бъдеще.

- В тази голяма конкуренция, в която се борите за доверието на вашите клиенти, кои са най-големите предиз-

викателства пред вас?

- Най-важното е да сме винаги на гребена на вълната, да имаме адекватност на инвестициите за обновяване, разширяване и подобряване, да можем да предложим най-желаните продукти и услуги. Такъв пример е нашият продукт EON - телевизия от ново поколение, който е на пазара от април 2021 г. Сред ключовите ѝ предимства са възможността за персонализиране на съдържанието чрез създаване на профили, еднаквият интерфейс на различни устройства, архив до 7 дни назад, но и огромната библиотека от допълнително съдържание на филми и сериали, наред с богатството от канали. В мобилния сегмент Vivacom предлага планове Unlimited, с които клиентът много ясно и коректно знае за какво плаща и може да ползва неограничени услуги и то за неограничен период от време. Тук с гордост мога да



VIVACOM Е ЧАСТ ОТ БЪРЗО

настъпващата промяна в начина, по който живеем и работим. Ние сме „сърцето“ на тази промяна

✍ **Tatyana Yavasheva**

- Mr. Andreev, you recently took over the management of Vivacom. What surprised you in the company?

- I was pleasantly surprised with the company's desire to develop even-higher quality products, to build on and offer more and more to its customers. This is very challenging because nowadays there are far greater opportunities for the telecommunications sector than the traditional offers of voice and Internet services. Vivacom is part of the rapidly occurring changes in the way we live and work. We are 'the heart' of these changes.

- We are already on the high-speed lane of digitalization and connectivity. Where are we headed, where are you leading us?

- We are on our way to the digital world. The younger generation is already there, and we are all moving towards the metaverse. The pandemic was a serious accelerator of this journey. The good news for the telecoms in Bulgaria is that the investments made over the years allowed for a rapid transformation. Vivacom was able

to effortlessly provide its customers with high quality services, despite the increased traffic during the state of emergency. And as a result, I think we are even better prepared to dive into our digital future.

- In the great competition to gain the customers' trust, which are the biggest challenges you are facing?

- The most important thing is to always be on the crest of the wave, to have an adequate level of investments for expansions and improvements, to be able to offer the most desired products and services. An example for this is our product EON - a new generation TV service that was launched on the market in April 2021. Among its key advantages are the ability to customize content by creating profiles, its identical interface on various devices, archiving for up to 7 days, and also a huge library of additional movies and TV series along with a wide choice of channels. In its mobile services segment, Vivacom offers the Unlimited plans, so customers can know exactly what they are paying for and use unlimited services for an unlimited period of time. Here, I can proudly say that during the last year

Vivacom is the operator with the most ported in mobile numbers to its network¹. Customers are extremely important to us. We don't see them as revenue-generating units, but as valuable partners, and our goal is to deliver high-quality experience to them. Our offers are focused on overall value, which contains the best products and technologies available at any given moment.

- Customers' age range increasingly broadens but despite this some of them will not enter the digital world...

- The youngest live through digital devices, whereas some generations live in a more analogue manner. We understand the needs of different customer categories and work to provide them with the right solutions. We are a fully converged operator and as such we can offer fully integrated services to households, small and medium-sized businesses and large corporate clients. We are building a 10-gigabit fiber optic network of the latest generation for high-speed Internet. It is the first one in Bulgaria and currently - the largest². We have the largest and the fastest 5G³ network in Bulgaria, with coverage in over 530 settlements. And, of course, EON, which I've already

¹ The most mobile numbers transferred according to data in the system of portability between telecom operators for the last year.

² Speeds up to 10 Gbps in parts of Sofia, Plovdiv, Stara Zagora, Burgas and Varna. For technical opportunity and more information - vivacom.bg

³ According to an analysis by Ookla® based on Speedtest Intelligence® data for 01.07.-31.12.2021 valid only for the fastest 5G network. Ookla's trademarks® are used with permission. The largest coverage of the 5G network after comparison according to publicly available information as of 07.01.22 for the coverage of operators by number of localities and resorts. More on vivacom.bg.

• INTERVIEW •

кажа, че Vivacom е операторът с най-много пренесени мобилни номера в последната една година¹. Потребителите са изключително важни за нас. Ние не гледаме на тях като на генериращи приходи единици, а като наши ценни партньори и стремежът ни е да им осигурим висококачествено изживяване. Фокусираме се в цялостното си предложение, което да съдържа най-добрите към момента продукти и технологии.

- Все по-широко се разтваря възрастовият диапазон на потребителите и някои от тях въпреки всичко няма да влязат в дигиталния свят...

- Най-младите живеят чрез дигиталните устройства, а някои поколения живеят по-аналогово. Разбираме нуждите на различните категории клиенти и работим, за да им осигурим подходящите решения. Ние сме изцяло конвергиран оператор и като такъв можем да предложим изцяло интегрирани услуги на домакинствата, малкия и средния бизнес и големите корпоративни клиенти. Изграждаме 10-гигабитова оптична мрежа от най-ново поколение за високоскоростен интернет. Тя е първата такава в България и към момента - най-голямата². Имаме най-голямата и най-бърза 5G мрежа³ у нас, с покритие в над 530 населени места и курорта. И разбира се, EON, който вече споменах. Платформа,

¹Най-много пренесени мобилни номера според данните в системата за преносимост между операторите за последната година.

²Скорости до 10 Gbps в части от София, Пловдив, Стара Загора, Бургас и Варна. За техническа възможност и повече информация - vivacom.bg

³Според анализ на Ookla®, основан на данните от Speedtest Intelligence® за 01.07-31.12.2021 валидни само за най-бързата 5G мрежа. Търговските марки на Ookla® се използват с разрешение. Най-голямо покритие на 5G мрежа след сравнение по публично достъпна информация към 07.01.22 за покритието на операторите по брой населени места и курорти. Повече на vivacom.bg.



VIVACOM IS PART OF THE RAPIDLY occurring changes in the way we live and work. We are 'the heart' of these changes.

mentioned. A platform that provides unique TV experience and meets the needs of fans of sports, cinema, series and users seeking information or entertainment.

- What is your offer to the business sector? Have its needs for digital services changed?

- The needs of the business sector are not much different from the needs of the individuals. Companies and businesses care about reliable connectivity everywhere. This is not only sought after by large companies, but also by the small and medium-sized ones, which are the backbone of the economy. The hairdresser, the car repair shop, the local groceries can't survive without connectivity and they need Internet connection to meet their needs. Cybersecurity is becoming increasingly important for all

Александар Нункоф

Nikolai Andreev is the CEO of Vivacom since December 2021. His former position was that of a CEO at Nova Broadcasting Group, which he took in 2019, having previously been the Group's Finance and Administrative Director for 10 years. He was also a Finance Director and Investor Relations Director at Devin JSC. At the Unilever international corporation, Nikolai Andreev held various financial positions focused on Bulgaria and the countries of Central and Southern Europe. He was also the Executive Director and a member of the Board of Directors at Ecopack Bulgaria AD, as well as a member of the Board of Directors of Eco Rom Ambalaje S.A. - Romania. For his contribution to the development of the profession, he was awarded 'Best CFO' in 2014 at the 'CFO of the Year' forum of Forbes and EY.

• ИНТЕРВЮ •

която предоставя уникално ТВ изживяване и задоволява нуждите на любителите на спорта, киното, сериалите и на търсещите информация или развлечения потребители.

- Какво предлагате на бизнеса, промени ли се неговата нужда от дигитални услуги?

- Потребностите на бизнеса не са много по-различни от нуждите на физическите лица. Фирмите и предприятията сържат на надеждната свързаност навсякъде. Това не се търси само от големите компании, но и от малките и средните, които са гръбнакът на икономиката. Фризьорският салон, автосервизът, малкото магазинче също не могат без свързаност, нуждаят се от интернет, който да отговори на техните потребности. За всички бизнеси все по-важна става киберсигурността, защото фирмената информация трябва да е добре защитена. Ние предлагаме data storage (услуги за съхранение на данни), облачни услуги, голямо разнообразие от мобилни устройства, компютри и телевизори, както и решения, съобразени с конкретни нужди на даден клиент. По този начин улесняваме нашите клиенти, като им предлагаме „всичко под един покрив“. И е важно да отбележа, че те не са само за големите компании, а за всеки бизнес.

- Като тренд какви новости очаквате да се развият?

- Умни градове, умни домове, телемедицина, Образование 4.0, Индустрия 4.0... В България все още няма предприятие, базирано на Индустрия 4.0, един ден ще го има, но все още не сме там. То ще се управлява през мобилна мрежа. Такова решение ще е резултат от партньорството на даден инвеститор, който иска да изгради тази производствена мощност, и съответния теле-

businesses since company information must be well protected. We offer data storage, cloud services, great variety of mobile devices, computers and TVs as well as solutions tailored to specific customer needs. This way we make it easier for our customers by becoming 'one stop shop' for them. And it is important to note that we offer this not only to large companies, but to every enterprise/organisation.

- What kind of novelties do you expect to see becoming a trend?

- Smart cities, smart homes, telemedicine, Education 4.0, Industry 4.0... In Bulgaria there is still no enterprise based on Industry 4.0; one day it will exist, but we are not there yet. It will be managed over a mobile network. Such a solution will result from the partnership of an entrepreneur who wants to build such production capacity and a telecom operator. The 5G network will allow all these technologies to develop and become reality. Key points here are speed and latency. In order for machines and medical instruments to be precisely controlled, the latency must be negligible. From now on, these will increasingly enter the manufacturing, education and medical fields as well as our homes. High-speed Internet affects even the quality of entertainment. In any household, a good Internet connection allows its members to do what they want - one can have an online video meeting, another can watch movies, others can play a web-based computer game and no one will experience difficulties with the connection.

- How close do you think we are to the first

ком оператор. 5G мрежата ни ще позволи всичките тези технологии да се развият и да станат реалност. Ключов момент в това са скоростта и времезакъсненето. За да може прецизно да бъдат управлявани машини и медицински инструменти, времезакъсненето трябва да е незначително. Отпук насетне те все по-бързо ще навлизат в индустрията, в образованието, в медицината и в домовете ни. Високоскоростният интернет влияе дори на качеството на забавленията. Добрата интернет връзка позволява в едно домакинство всеки да прави това, което иска – един може да има видео среща, друг да гледа филми, трети може да играе уеб-базирана компютърна игра, и никога да не среща затруднения.

- Според вас колко близо сме до първото в България предприятие от Индустрия 4.0?

- Може да стане факт и след по-малко от две години.

- Достатъчно надеждна защита ли ни предлагат новите технологии на свързаност?

- Начинът, по който изграждаме мрежите си, гоставчиците и технологиите, които ползваме, дават гаранции, че информацията и потребителите ни са защитени. Предлагаме и допълнителни мерки за киберзащита в помощ на нашите клиенти.

- Като обърнем поглед назад, виждаме колко много се е променил животът и колко бързо едни технологии са заменили други. Как във Vivacom се раждат новостите и как идват новите реше-

ния?

- Те възникват основно от желанието и необходимостта да се подобрява качеството на човешкия живот, да има по-голямо удобство и сигурност, повече улеснения. Високите технологии навлизат, за да променят средата и свързаността. Ако тази пандемия беше дошла преди 15 години, тогава нямаше да е възможно да се работи или да се учи от дистанция.

- Кои управлява иновациите във Vivacom, имате ли специален отдел?

- Имаме, разбира се. Той е структуриран на групово ниво. Например, EON като решение е продукт на този отдел за развитие на нови продукти и иновации. В голямата напревара някой трябва да следи пулса на промяната и работим така, че Vivacom винаги да е на гребена на вълната.

- На пазара на труда битката за



СТРЕМИМ СЕ ДОБРЕ ДА РАЗБЕРЕМ НУЖДИТЕ

на различните категории клиенти и да им предложим подходящите решения

добре подготвени хора се ожесточава. Каква е политиката на Vivacom по отношение на кадрите?

- Факт е, че има „слаб“ за хора с добра професионална подготовка. Във високотехнологичната сфера се появяват нови и нови компании, което прави състезанието за качествени кадри още по-агресивно. Vivacom е компания с традиции, полагаща огромни усилия за добруването на своите служители през различни социални програми, през програмите за развитие и усъвършенстване, през стажантските и менторските програми. Партнираме с университети и учебни заведения из цялата страна, защото за разлика от повечето други компании, наши служители има буквално навсякъде в България. Имаме пълно покритие не само като мрежа, но и като човешки ресурси. Грижим се за мотивацията и за израстването на своите хора.

- Образованието има ключова роля за развитието, но и за използването на наличните технологии. Как Vivacom взаимодейства с тази важна сфера?

- Компанията години наред подкрепя различни инициативи, свързани с образованието. Дори наскоро имах честта да получа наградата „Бизнес хонорис кауза“, която се дава от в. „24 часа“. Това отличие е именно заради нашата активност, насочена към дигиталната трансформация на образованието. Кампанията „Образование 4.0“ на Vivacom съвместно с в. „24 часа“ започва още преди четири години и нейната роля бе да начертает пътната карта и да набележи стъпките на дигитализация в образованието, като

Industry 4.0 enterprise in Bulgaria?

- It could become a reality in less than two years.

- Do new connectivity technologies offer us sufficiently reliable protection?

- The way we build our networks, the suppliers and technologies we use, provide guarantees that our information and our users are protected. We also offer additional cyber security solutions to help our customers.

- Looking back, we see how much life has changed and how quickly some technologies have replaced others. How are innovations born in Vivacom and how do new solutions come about?

- They arise mainly from the desire and need



WE UNDERSTAND THE NEEDS

of different customer categories and work to provide them with the right solutions.

to improve the quality of human life, to have more convenience, security and comfort. High-tech is here to change the environment and connectivity. If this pandemic had come 15 years ago, it would not have been possible to work or study from a distance the way we managed now.

- Who manages innovations at Vivacom? Do you have a special department for that?

- We do, of course. The overall process is structured on a group level. For example, EON, as a solution, is a product of our department for the development of new products and innovations. In the frenetic tech race, someone has to measure the pulse of change and we are working so that Vivacom is always on the crest of the wave.

- On the labour market, the battle for high-skilled talents is fierce. What is Vivacom's employee policy?

- The fact of the matter is that there is a 'hunger' for people with good professional training. In the high-tech sphere, more and more new companies are emerging, which makes the competition for quality staff even more aggressive. Vivacom is a company with long-standing traditions, making great efforts to bring its employees through various social programs, development and educational programs, as well as internship and mentoring programs. We partner with universities and educational institutions all over the country because unlike most other companies, our employees are literally

COMPANY PROFILE

Vivacom is an operator with a wide range of telecommunication solutions for individual and business customers – mobile and fixed voice services, high-speed optical Internet, satellite and interactive TV of the latest generation, as well as individual offers for the needs of corporate clients. Vivacom is developing a number of innovative solutions in the field of Internet of Things and smart cities.

The company has been operating on the Bulgarian market since 1992 and for more than ten years is known under the Vivacom trademark. In 2020, Vivacom became part of United Group – a leading telecommunications and media operator in Southeastern Europe. As of March 2019, the majority owner of United Group is BC Partners, one of the largest global investment companies.

• ИНТЕРВЮ •

се вземе мнение от всички, ангажирани в тази голяма промяна. Многого предвари- телна работа добре е подготвила почва- та за бързото превключване към режим на дистанционно обучение. Това за компани- ята бе убедителното доказателство, че когато се мисли напред във времето и се работи в тази насока, ще сме по-готови за изненадите, които предстоят.

- Последните години бяха насочени и към придобиването на по-малки игра- чи. Ще продължите ли да растете и по този начин?

- В момента приключваме придобива- нето на оператора NetWorx. Проучваме възможностите и развитието на пазара и ако идентифицираме интересни за нас бизнеси, ще предприемем съответните стъпки.

- Появяват се множество техноло- гични стартапи. Следите ли новостите в този сегмент?

- Има много интересни проекти и ма- ги предприемачи и е вълнуващо да следим развитието им. Но нашият фокус е и за- напред да сме конвергиращият оператор, който предлага на своите потребители всички нужни телеком услуги. Всяка нова технология, която по един или друг начин ще развием, трябва да е органична част от услугите, които като технологичен оператор предлагаме. През нашата про- грама Vivacom Регионален грант например насърчаваме развитието на малки, местни проекти.

- Здравословно ли е за пазара да има повече локални и регионални доставчи- ци на интернет и телевизия?

- В момента те са над 100. Нека и зана- пред да ги има. Аз вярвам в здравословна конкуренция, която обаче спазва едни и същи правила, а не заобикаля законите и не разчита на пиратско съдържание. Кой- то предлага по-висококачествени услуги и на по-добра цена, който спечели дове- рието на потребителя, той ще остане на пазара.

- Какво ще се промени във Vivacom, след като вие поехте управлението?

- Вярвам, че ще станем още по-добри във всичко, което правим, ще работим за доверието на още повече клиенти, ще ус- корим развитието и растежа си. Vivacom ще е мечтано работно място за много млади колежи.

- Загърба ви е сериозен мениджър- ски опит. Как ви помага това в новата среда?

- Да, много ценен опит съм придобил от всяка компания, в която съм работил. Всяка грешка, която съм направил, ме е на-

учила на нещо. Вярвам в екипната работа. Опитвам да достигна до всички в ком- панията. Бързината, с която се решават казусите, е важна, и това може да е предим- ство в управлението.

- Как управлявате риска, който деб- не отвсякъде?

- Доброто управление на риска изисква да осъзнаем, че този риск го има. Това на- лага да се прави регулярен анализ на риско- вете, които ни заобикалят. Появяват се нови и нови рискове, те не са само класи- ческите заплахи от пожар и земетресение. Новите рискове трябва да се следят и своевременно да се реагира.

- В това ускоряващо се технологич- но развитие коя е вашата опорна точ- ка, която ви предпазва да не загубите човечността си?

- Дигиталният свят предлага небери- ятни възможности, но се стремя да оста- вям здраво стъпил на земята. Общуване- то е изключително важно. **И**

ФИРМЕН ПРОФИЛ

Vivacom е оператор с голям обхват на телекомуникационни решения за частни и бизнес клиенти - мобилни и фиксирани гласови услуги, високоскорос- тен оптичен интернет, сателитна и интерактивна телевизия от най-ново поколение, както и индивидуални предложения за нуждите на корпоративните клиенти. Vivacom разработва редица иновативни решения в сферата на Ин- тернет на нещата и умни градове.

Компанията оперира на българския пазар от 1992 г. и повече от десет години е позната с търговската марка Vivacom. През 2020 г. Vivacom стана част от United Group – водещ телекомуникационен и медиен оператор в Югоизточ- на Европа. От март 2019 г. мажоритарен собственик на United Group е BC Partners, една от най-големите глобални инвестиционни компании.

everywhere in Bulgaria. We have full coverage not only as a network, but also as human resources. We take care of the motivation and the growth of our people.

- Education plays a key role in the development, but also in the use of available technologies. How does Vivacom interact with this important sphere?

- For years the company has supported various initiatives related to education. Recently, I even had the honour of receiving the Business Honoris Causa Award, given by 24 chasa newspaper. This award came in recognition precisely of our activity aimed at the digital transformation of education. The "Education 4.0" Vivacom campaign, together with 24 chasa, newspaper began four years ago. Its role was to draw a roadmap and identify the necessary steps for digitization of the education, taking the opinion of everyone involved in this big change. The extensive preliminary work prepared the ground for the rapid switch to distance learning mode. For the company this was a convincing proof that when thinking ahead of time and working in this direction, we can be ready for any surprises that lie ahead.

- In recent years you have also focused on acquiring smaller market players. Will you continue to grow in this manner as well?

- We are currently completing the acquisition

of the local operator NetWorx. We explore the opportunities and shifts in the market and if we identify businesses that are interesting to us, we will take the proper steps.

- There are a lot of emerging tech startups. Are you following the development in this sector?

- There are a lot of interesting projects and young entrepreneurs and it is exciting to follow their development. But our focus, going forward, is to be the converged operator that offers its users all the necessary telecom services. Any new technology, that we develop one way or another, must be an organic part of the services we offer as a technology operator. Through our Vivacom Regional Grant program, for example, we promote the development of small, local projects.

- Is it healthy for the market to have more local and regional internet and TV providers?

- Currently, there are over a 100 of them. So be it in the future as well. I believe in healthy competition, however it should comply with the same rules, doesn't not circumvent laws and doesn't rely on pirated content. Whoever offers better services at a better price, will win customers' trust and endure on the market.

- What will change at Vivacom now that you have taken over the management of the company?

- I believe that we will become even better at everything we do, we'll work to earn the trust of even more clients and accelerate our development and growth. Vivacom will be the dream workplace for many young talents.

- There's a lot of managerial experience behind you. How does this help you in the new environment?

- Yes, I've gained a lot of valuable experience from every company I've worked for. Every mistake I've made has also taught me something. I believe in teamwork. I'm trying to reach everyone in the company. The speed with which cases get resolved is important, and this can be an advantage in management.

- How do you manage the risks that lurk everywhere?

- Good risk management requires us to realize that the risk is there. This implies a regular analysis of the risks that surround us. Newer varieties are emerging, not only the classic threats of fire and earthquake. New risks must be monitored and acted upon in a timely manner.

- In this ever accelerating technological development, what keeps you from losing your human touch?

- The digital world offers incredible opportunities, but I strive to stay firmly grounded. Personal communication is extremely important. **И**





Ще имахме ли ТОК И ГАЗ

СИГУРНИ ЛИ ЩЕ СА ДОСТАВКИТЕ, КАКВА ЩЕ Е ЦЕНАТА НА ЕНЕРГОНОСИТЕЛИТЕ – ТОВА СА ЕДНИ ОТ НАЙ-ВАЖНИТЕ ВЪПРОСИ

✍ Георги Георгиев

До лятото на миналата година изглеждаше, че пазарът на електроенергия, а и на енергоносителите, е намерил своя относителен баланс. Шоковото поскъпване на тока за бизнеса се ока-

за не временно явление в разгара на отпуските, а то беше предвестник на галопиращи цени. Защо се случва всичко това? Какви мерки да се предприемат в условията на пазарната ни икономика, така че и занаятчийците да имат ток, газ и другите

енергоносители, без които не можем. Но и да са на поносима цена. Докъде да се простират ангажиментите на държавата, щом либерализацията на енергийния пазар не даде обещаваните добри плодове? По какъв модел да развиваме енергетиката и кой да е нейният двигател? Търсим отговор на редица въпроси.

Двама професионалисти обясняват как стигнахме дотук и какво е редно да се предприеме.



КОНСТАНТИН СТАМЕНОВ:

Пазарът на електроенергия се нуждае от правила, контрол и санкции за неспазване

Защо е толкова скъп токът: В България се произвежда достатъчно електроенергия и няма дефицит дори и в зимните месеци. В същото време ние имаме най-голям износ като дял от общо произведената електроенергия в сравнение с останалите страни от ЕС. Поради тази причина и заради пазарната интеграция имаме „внос на високи цени“ от останалите страни в Европа.

Екстремните цени на енергоносителите в Европа: Определящи се оказаха следните фактори:

1. Недостиг и поскъпване на природния газ;
2. Поскъпването на въглеродните емисии;
3. Възстановяването на икономиката след пандемията.

В края на февруари започна и войната на Русия срещу Украйна. Въведените санкции от ЕС към Русия предизвикаха още по-голяма нестабилност в цената на природния газ. Котировките останаха на изключително високи нива, въпреки края на отоплителния сезон и намаленото потребление.

Как да се развърже „възелът“ с електроенергията: Година наред пазарът на двустранни договори у нас не можа да заработи и ние, всички стопански потребители, се озовахме в ситуация да купуваме ген за ген от пазара „ген напред“ (ГПДН) на борсата. Така сме изложени на пълната волатилност на пазара. Повече от 80% от електроенергията в България се купува от ГПДН. Това не е нормално. Нашето настояване пред министъра на енергетиката, министъра на икономиката и министър-председателя е да имаме работещ пазар на дългосрочни двустранни договори за 3, 6 и 12-месечни доставки. По тази тема КРИБ и другите национално представени работодателски организации водим дискусия с държавната администрация.

Природният газ - между сигурност на доставките и конкурентни цени: Сега голямо предизвикателство е заплащането на природен газ в рубли, което би довело до ново поскъпване. Надявам се ЕС и нашето правителство да преодолеят това ограничение. Другият риск е изтичането на договора на „Булгаргаз“ и „Газпром“ за доставка на газ в края на 2022 г. Убеден съм, че друг газ би могъл да се купи и внесе у нас, но със сигурност това ще отнеме време и цената ще е различна, много вероятно да е по-висока. Не бива да се подценява и сигурността на доставките. Много ми харесва идеята за общо договаряне от ЕК за всички страни членки, въпреки че не знаем как би действал този

механизъм.

Държавата и либерализацията на енергийния пазар: Моето мнение е, че както е забранено преминаването на червен светофар и спазването на правилата за движение по пътищата е задължително, така и пазарът на електроенергия следва да има правила, те да се спазват и да има контрол и санкции. Иначе просто нямаме пазар на двустранни договори за период, по-дълъг от ден.

Как да се развива енергетиката: Разбира се, на пазарен принцип. Ако някой инвестира, следва да го прави на собствен риск и да не очаква гарантирани договори за изкупуване, субсидии, преференции.

Зелената сделка и инвестициите във ВЕИ: Трябва да се намери балансът между инвестициите в мрежи и възможностите на мрежовите оператори да присъединяват възобновяеми източници. Ако има големи инвестиции в мрежите, ще има повече ВЕИ-та, но и мрежовите услуги ще поскъпнат.

Работещият модел: Избраният пазарен модел в Европа и определянето на цената на електроенергията според най-скъпата електроцентраля има нужда от ревизия. Бих направил следната аналогия: Да допуснем, че имаме общ пазар на нови коли. Няма значение дали купувате Форд Фиеста или Порше, плащате цената на Порше. Така работи пазарът на електроенергия в момента.



Константин Стаменов е председател на Управителния съвет на Българската федерация на индустриалните енергийни консуматори



КАЛОЯН СТАЙКОВ:

Държавата да зададе новата рамка за развитие на енергетиката

Ситуацията: За бизнеса проблемът го дотече от започналото още през миналата година шоково повишаване на цените на енергоносителите – електроенергия, природен газ, петрол. Компенсаторните мерки специално при електроенергията горе-долу замразиха цените около нивата им от миналия септември. При природния газ те бяха доста по-скромни, което оказа допълнителен ценови натиск върху тях. Компенсаторните мерки целяха ограничаване на ценовия „трансфер“ към крайните потребители, т.е. задържане на крайните цени. Различните бизнеси имат различна енергоемкост и повишаването на крайните цени не би трябвало да следва някакъв общ тренд.

Причини за поскъпването: В целия свят се бе насложило усещането, че цените на енергоносителите ще останат поносими за дълъг период напред и няма шоково да растат. В един момент се увеличи търсенето не само на енергоносител, но и на много други стоки, което доведе до сериозното им поскъпване, тъй като производителите не можеха да отговорят на този висок интерес. Намесиха се редица фактори, към които се добави напрежението между Русия и Украйна, което прерасна във военен конфликт. Това води и до още по-висока несигурност на пазарите и тя рефлектира върху цените.

Помощ от държавата: Подкрепа за

всички по равно нито е необходима, нито е логична. При първоначалния ценови удар мерките трябваше да са бързи и широкообхватни. Но вече се вижда, че високите цени не са временно явление и вероятно трябва да свикнем с тази ситуация. Следователно помощта не може да е за всички, а трябва да отида точно там, където е най-необходима. Редица компании пренесоха енергийния ценови товар върху крайните си цени и затова те вече имат по-малка необходимост от подпомагане. Надявам се, че при актуализацията на бюджета подпомагането ще се преразгледа и прецизира и ще се намери по-адекватен механизъм.


Какво да се прави: Отмук нататък възможностите пред българската енергетика са много, но не може да се даде бърз и еднозначен отговор какво и как точно да се развива напред. Трябва да гарантираме сигурността на доставките и да се насочим повече към собствените източници на енергия. Атомната енергия има място в енергийния микс, в който влиза и енергията от вятър, вода, възлища и други източници. Необходимо е да се намери балансът, който дава най-голяма сигурност на доставките, като в същото време се постигне приемлива цена и се продължи преходът към намаляване на парниковите емисии. През годините фокусът беше върху „Цени, цени, цени“ и екологични показатели, а сигурността на доставките и балансът на енергийния микс просто ни избяга. Време е подходът като цяло да се преосмисли. Има различни модели, които може да оптимизират енергийния микс на база на зададени проблеми – най-ниска цена, най-бързо намаляване на въглеродния отпечатък или нещо друго. Американската търговска камара в България наскоро показа вариант, по който може да се постигнат климатичните цели и заедно с това да се гарантира оптимална цена. Експертиза има и тя очевидно е в частния сектор, който добре познава различните технологии, процеси и възможности за постигане на поставени задачи. И ролята на държавата е да зададе рамката, а не да взема инвестиционните решения.

Какъв да е фокусът: Нуждаем се от цялостен поглед върху енергийната система, който да даде общия подход към развитието на сектора. Години наред се фокусирахме върху развитието на ВЕИ, които се сочеха като панацея за енергетиката, докато в един момент надеждността на тези производства се оказа под въпрос. Последните две



Калоян Стайков е главен икономист на Института за енергиен мениджмънт

години са време на „гасене на пожари“. При шоково покачващите се цени е нормално фокусът да е върху гасенето на тези пожари. Но и в тази ситуация има противоположни мнения за подхода към развитието напред. Надявам се обаче случилото се все пак да има отрезвяващ ефект и да се погледне по-обективно към цялостната енергийна политика и към инвестициите. Страната ни няма покупателната способност на Западна Европа и затова не бива да бързаме с внедряването на скъпи технологии, а да изчакаме малко цената им да падне. Сега има риск отново да допуснем грешките от 2012 г., като вложим твърде много средства твърде бързо. Същевременно трябва да се мисли за енергийната ефективност, но и за надеждното снабдяване с електрическа енергия на приемлива цена.

Кой и как да управлява процеса: Основният двигател в намирането на новия баланс трябва да е Министерството на енергетиката. То трябва да има водещата роля в енергийния преход и в енергийната трансформация. Тази политика трябва да стъпва върху добра рамка, в която бизнесът да се развива. Държавата не бива да взема административни решения в какво точно да се инвестира, а по-скоро да е арбитърът, който задава целите, определя параметрите на развитието и оставя частния сектор с различни технологии да се конкурира в него, като следи за спазване на правилата. Икономиката се променя бързо, заедно с това се променят енергийните потребности. В последните 15 години наблюдаваме нещо нетипично за енергийния сектор – той е по-инертен, а напоследък динамиката на промяната е голяма. Това означава, че подходът към самата енергийна политика трябва да е по-гъвкав. 



© Pixabay

Възобновяема антикризисна мярка за ИНДУСТРИЯТА

ЗЕЛЕНАТА ЕНЕРГИЯ СЕ ПРЕВРЪЩА В КЛЮЧОВ ИНСТРУМЕНТ,
С КОЙТО БИЗНЕСЪТ ДА НАМАЛИ СМЕТКИТЕ СИ ЗА
ТОК И ДА ПЛАНИРА ДЪЛГОСРОЧНО РАЗХОДИТЕ СИ

Трайното покачване на цените на електроенергията на едро, подхранвано и от високите цени на газа, вече месеци наред задържа корпоративните консуматори на енергия и подкопава маржовете им. Положението е особено тежко при енергийно интензивните компании, за които разходите за енергия се превърнаха във въпрос на оцеляване. На този фон възобновяемата енергия още по-силно затвърди позициите си като очевидно решение както за бързо намаляване на негативните ефекти от ценовата криза, така и за ценова предвидимост в дългосрочен план. Неочаквано за много анализатори, към момента именно индустрията се очертава като двигател на декарбонизацията в България.

Пред бизнеса има различни възможности да се възползва от предимствата на възобновяемата енергия. Първата вълна на несубсидирани ВЕИ проекти е свързана с изграждането на т. нар. „заходски центри“ – фотоволтаични системи за покриване на собствената консумация, които произвеждат ток близо до потребителя. Изграждането на подобни проекти в България стартира след законови облекчения от 2019 г. и бе силно стимулирано от срива в цените на соларните технологии. Към момента сме свидетели на втората фаза на чисто пазарно развитие във ВЕИ сектора – корпоративните договори за снабдяване със зелена енергия, които се сключват между частни компании.

Корпоративните договори за снабдяване с електроенергия (Corporate power purchase agreements – cPPAs) представляват дългосрочни договори за доставка на възобновяема енергия на предвидима цена, обичайно доста по-ниска от тази на енергийната борса. Този тип договори набират все по-голяма популярност по света и в Европа. През 2021 г. бяха сключени cPPA за над 31 ГВ, което представлява ръст от близо 25% спрямо предходната година. И това не е учудващо на фона на все по-голя-

мата необходимост на бизнеса да намали разходите си за електроенергия, да постигне дългосрочна ценова предвидимост и да адресира очакванията на пазара за декарбонизация.

Възможностите и предизвикателствата на корпоративните договори за възобновяема енергия ще бъде основната тема на предстоящата конференция RE-Source Southeast 2022, която ще се проведе в София на 31 май – 1 юни и ще събере на едно място търговци на електроенергия, разработчици на ВЕИ проекти и големите потребители. Конференцията, която се провежда за втора поредна година под егидата на **RE-Source** – водещия европейски форум за корпоративно използване на възобновяема енергия (<https://resourceplatform.eu>) се организира от **RE-Source Hub Southeast** – Асоциация за производство, съхранение и търговия с електроенергия (АПСТЕ) и Българска ветроенергийна асоциация (БГВЕА).

В България първият cPPA договор беше подписан в началото на март и чрез него един от трите ни телекома си осигури доставката на 20 хил. МВтч зелена енергия за следващите десет години, които ще бъдат произведени от нов фотоволтаичен парк в Южна България. Тепърва се очаква да бъдат обявени и други подобни проекти с компании от фармацевтичната, циментовата и химическата индустрия. За тези консуматори възобновяемите корпоративни договори са интересен и достъпен инструмент за хеджиране на риска и намаляване на разходите за електроенергия.

Защо PPA?

„Дългосрочните договори за изкупуване на енергия от ВЕИ са своеобразно подсиуряване срещу променливата цена на електроенергията. Към момента себестойността на енергията от нови слънчеви и вятърни центри е най-ниска. Дългосрочната предвидимост и стабилност на разхода, които този договор предоставя, подпомагат конкурентоспособността на съответния консуматор и намаляват възгледорния му отпечатък“, коментира Миз-

Organizers:



Strategic sponsors:



**RE-Source
Southeast 2022**
SOFIA MAY 31 - JUNE 1

ATTENDANCE IS **FREE**
OF CHARGE FOR RENEWABLE
ENERGY BUYERS



лена Стоилова, председател на БГВЕА.

От друга страна, тези договори са необходими и за ВЕИ производителите, тъй като им дават дългосрочна предвидимост и стабилност на приходите, което от своя страна им помага да отговорят на изискванията на финансовите институции за отпускане на кредитно финансиране.

„За купувачите устойчивото развитие става все по-важна тема, но, разбира се, този елемент има освен репутационни и икономически ползи. Устойчивите компании са предпочитани от инвеститорите и често се водят за пазарни лидери“, посочи Мартин Георгиев, председател на Асоциацията на търговците на електроенергия в България (АТЕБ), по време на

уебинара, организиран от АСПТЕ и БГВЕА „Корпоративни договори за снабдяване с възобновяема енергия - видове, ценова структура, стратегии“.

Да произвеждаш сам енергия

Друг начин за намаляването на разходите на електроенергия и защита от волатилните борсови цени, който вече е добре познат на индустриалните компании, е изграждането на централи за собствена консумация. „Възобновяемата енергия е най-евтината опция за България, що се отнася до нови енергийни мощности, и тя вече не се нуждае от субсидии. Поради тази причина много индустриални по-

требители вече инвестират в собствени соларни централи в близост до мястото на консумация“, коментира Никола Газдов, председател на АСПТЕ.

„Енергийната компонента представлява между 30% и 70% от себестойността на продукцията в индустрията. Безпрецедентно високите борсови цени на електроенергията водят до директна загуба на конкурентна способност“, заяви Ивайло Найденов, изпълнителен директор на Българска федерация на индустриалните енергийни консуматори (БФИЕК). Според него всяка възможност за намаляване на ценовия натиск е добре дошла и ВЕИ системите за собствена консумация са една от интересните възможности пред бизнеса.

Независимо дали чрез изграждане на собствени централи за консумация, или сключването на дългосрочен корпоративен договор за доставка, факт е, че токът от нови соларни и вятърни централи е по-евтин от всички останали алтернативи. Това гарантира на потребителите ниски цени и дългосрочна предвидимост. Тъкмо поради тези причини интересът към възобновяемата енергия продължава да расте, превръщайки се в основната антикризисна мярка на индустрията срещу високите цени на тока.

Ако искате да присъствате на RE-Source Southeast - основното събитие в Югоизточна Европа, посветено на възобновяемите корпоративни източници, което обединява промишлени и корпоративни потребители, разработчици на проекти, търговци на електроенергия и производители на енергия от възобновяеми източници, може да се регистрирате на <https://events.resource-southeast.eu/registration/>.

Organizers:



Strategic sponsors:



Sponsors:



RE-Source Southeast 2022

SOFIA
May 31 - June 1

REGISTRATION OPEN

Early Bird discount: 20% on your ticket!

Sustainable energy for a competitive industry

Н. ПР. ТАМАРА ЛИЛУАШВИЛИ,
посланник на Грузия в Република България:

Мирното сътрудничество и диалогът са ключът към нашето бъдещо съществуване

ПАНДЕМИЯТА И ВОЙНАТА ЩЕ ОСТАВАТ ДЪЛБОКИ СЛЕДИ И НА ХОРАТА ЩЕ ИМ ТРЯБВА ДОСТА ВРЕМЕ, ЗА ДА СЕ ИЗЛЕКУВАТ И ВЪЗСТАНОВАТ

▲ Яна Колева

- Ваше Превъзходителство, в Европа живяхме с усещане, че ни очаква глъбък мир. Къде сбъркахме?

- Убедена съм, че признаците се появиха още през август 2008 г. Тогава Русия започна пълномощава земя, въздушна и морска инвазия в Грузия, включително нейната безспорна територия, наричайки я операция за „налагане на мира“. През 2014 г. Русия анексира част от територията на Украйна, Крим и Севастопол. Освен това от 2014 г. в Донбас имаше постоянни военни битки между Украйна и марionетни режими, поддържани от Русия. В Европа вече е имало военен конфликт, но не му бе обърнато достатъчно внимание. Слабият отговор на западните партньори след войната в Грузия през 2008 г. и анексирането на Крим през 2014 г. даде стимул за по-нататъшна руска агресия и нахлуване в Украйна през 2022 г., наричайки я специална „военна операция“.

- Какъв е социално-икономическият резонанс в Грузия от войната в Украйна?

- Преди всичко Грузия прие над 20 000 украински бежанци и броят им расте всеки ден. Има няколко горещи линии за украински граждани и след получаване на съответната информация правителството предоставя квартира, необходими вещи, грехи, храна, подходящо медицинско обслужване (включително детска психологическа подкрепа), услуги в училище и детската градина. Общинският транспорт, музеите, галериите и много други атракции са безплатни за украинските граждани. Частният сектор, НПО и отделни граждани също предлагат настаняване, храна и грехи за украинските граждани. Всички тези услуги се извършват без чужда финансова подкрепа. Освен това Украйна беше

в топ 5 на търговските партньори на Грузия, един от най-големите пазари за грузински продукти – вино, минерална вода и др. Грузия беше сред най-желаните туристически дестинации за украинските граждани. Отрицателното въздействие върху грузинската икономика е очевидно, но ние работим върху диверсификацията на нашите експортни и туристически пазари.

- Рухнаха ли някогашните парадигми за добросъседство и взаимно сътрудничество?

- В международната практика съществува набор от правни принципи, предназначени да позволят на съседните държави да поддържат мирни и хармонични междудържавни отношения и да си сътрудничат по мирен начин. Освен това принципът на добросъседство задължава държавите да зачитат независимостта и териториалната цялост, какъвто не е случаят с Русия, така че парадигмата на добросъседство е трудна за прилагане.

- Какво партньорство между Грузия и България е възможно в тази постоянна променяща се реалност?

- В политическо измерение разчитаме на силната българска подкрепа за членството на Грузия в Европейския съюз и по-нататъшното интегриране в НАТО. От гледна точка на сигурността, в този труден период трябва да обединим усилията си за укрепване на стабилността в Черно море. Специално внимание трябва да се обърне на развитието на транспортните коридори, свързващи Азия и Европа, като се има предвид стратегическото местоположение на Грузия и България. Освен това трябва да увеличим търговския оборот и да привлечем повече внимание към пазара на двете държави.

- От какво ще зависи обменът на грузински и български туристи това

лято?

- Ще зависи от ситуацията със сигурността в региона. И ако успеем да пуснем директни полети между Грузия и България, или поне чартърни полети през лятото, това ще се отрази положително на туристическия поток. Ще е полезна активната кампания за популяризиране на туристическия потенциал на нашите страни.

- Какво влияние оказаха пандемията и последвалата война край нашите граници върху стереотипите на мислене и действие, които бяхме възприели преди това?

- Влияе на начина, по който реагираме на новините. Днес ние сме не само във физическа война, но и в хибридна. Разпространението на фалшиви новини беше широко използвано и по време на пандемията, но се засили след руската военна агресия в Украйна. Вече подхождаме към новините с повишено внимание, преди не беше така. Друга важна промяна е планирането и ограничаването на свободното пътуване в глобализирания свят. Очевидно пандемията и войната ще оставят дълбоки следи в нашите общества и ще им трябва много повече време, за да се излекуват и възстановят.

- Вие сте дипломат, но според вас за война или за мир да се готвим отпук насетне?

- Не искам да мисля за войната. По-големите и по-силните нации трябва да предприемат действия и агресорите да разберат, че действията срещу нарушаването на мира в света няма да бъдат безнаказани. Мирното сътрудничество и диалогът са ключът към нашето бъдещо съществуване.

- Как войната между Русия и Украйна промени дневния ви ред?

- За Грузия тази немислима война направи много ясна реалността за това кой може да бъде следващата жертва. Тази война ускори процеса на кандидатстване на Грузия за членство в ЕС, направи нашата визия за евроатлантическата интеграция още по-ясна и необходима за мира и сигурността в региона.



- Какви въпроси си задавате и какви поуки извличате от случващото се през последните месеци?

- Прави ли светът достатъчно, за да спре войната? Ние правим ли всичко по силите си? Войната е ужасен начин за извличане на уроци, но дава възможност да се планира, да се мисли за бъдещата сигурност и мир. В битката се научават най-ценните уроци. Научихме силата на икономическите санкции, научихме, че центърът на тежестта на Русия днес е финансов, а не военен. Надявам се, че сме се

научили да слушаме и да не пренебрегваме.

- Като посланик каква е вашата визия - как да създадем по-добър свят?

- Комуникация и диалог. Трябва да проявяваме толерантност!

- Какво ще кажете на българските политици и българския бизнес?

- Трябва да продължим и да засилим съвместната си работа за сигурността на Черноморския регион. Бизнесът и политиката са преплетени. Хармонията между тях е това, към което трябва да се стремим. ☺



БИЗНЕСЪТ И ПОЛИТИКАТА СА

преплетени и трябва да засилим съвместната си работа за сигурността на Черноморския регион.

• PARTNERSHIP •

H. E. Mrs. TAMARA LILUASHVILI,
Ambassador of Georgia to the Republic of Bulgaria:

Peaceful cooperation and dialogue is the key to our future existence

THE PANDEMIC AND THE WAR HAVE DEEP
MARKS IN OUR SOCIETIES AND PEOPLE WILL
NEED A LOT OF TIME TO HEAL AND RECOVER

✍️ Yana Koleva

- Your Excellency, in Europe we have thought that a time of long peace awaited us. Where did we go wrong?

- I believe there were signs back in August of 2008, when Russia launched a full-scale land, air and sea invasion of Georgia, including its undisputed territory referring to it as a "peace enforcement" operation. In 2014, Russia annexed part of the territory of Ukraine, Crimea and city of Sevastopol. Furthermore, since 2014 in Eastern Ukraine, in Donbass there were constant military fights between Ukraine and proxy regimes supported by Russia. So it seems, there was already a military conflict going on in Europe, but not enough attention was paid to it. The weak response from the Western Partners, after the war in Georgia in 2008 and annexation of Crimea in 2014, gave incentives for further Russian aggression and invasion of Ukraine in 2022 calling it a special "Military Operation".

- What is the social and economic resonance in Georgia from the war on the territory of Ukraine?

- First of all, Georgia accepted more than 20 000 Ukrainian refugees and number is growing daily. There are several hotlines for Ukrainian citizens and after receiving relevant information, the Government is providing - accommodation, necessary items, clothing, food, appropriate medical service (Including child psychologist assistance), school and kindergarten services. Municipal transport, museums, galleries and many other attractions are free for the Ukrainian citizens. Private sector, NGO's and Individual citizens are also offering accommodation, food, clothing and other to the Ukrainian citizens. All this efforts are done without a foreign financial support. Furthermore, Ukraine was among top 5 trade partners of Georgia, one of the

biggest market for Georgian products - wine, mineral water and others. Georgia was one of the most desirable touristic destinations for Ukrainian citizens. The negative impact on Georgian economy is obvious, but we are working on the diversification of our export and tourist markets.

- Have the former paradigms of good neighborliness and mutual cooperation collapsed?

- In international practice, there exists a set of legal principles intended to enable neighbouring states to maintain peaceful and harmonious interstate relations and to cooperate in a peaceful manner. Moreover, the good neighbourliness principle obligates states to respect independence and territorial integrity, which is not the case with Russia so paradigm of good neighborliness is hard to apply.

- What kind of partnership between Georgia and Bulgaria is possible in this constantly changing reality?

- In political dimension we rely on strong Bulgarian support towards Georgian membership in European Union and closer integration in NATO. In security terms, in this difficult period, we have to join our efforts for the strengthening of the Black

BUSINESS AND POLITICS ARE

intertwined and we need to
strengthen our work together for
security of our Black Sea Region



Sea Security situation. Special attention has to be paid to the development of transport corridors connecting Asia and Europe, taking into consideration the strategic location of Georgia and Bulgaria. Furthermore, we have to increase trade turn-over and attract more attention to the market of both states.

- What will the exchange of Georgian and Bulgarian tourists this summer depend on?

- First of all, it will depend on the security situation in the region. Additionally, if we will manage to launch direct flights between Georgia and Bulgaria, or at least Charter Flights in Summer, it will definitely affect the tourism flow in a positive way. Also, the active campaign to promote tourism potential of our countries.

- What impact did the pandemic and the ensuing war near our borders affect



the stereotypes of thinking and acting that we had adopted before?

It affects the way we react to news. Today, we are not only in a physical war, but in a hybrid war as well. The spreading of fake news was broadly used during the pandemic as well, but it intensified after the Russian military aggression in Ukraine. So we approach all news with caution, which was not the case before. Another important change is planning and restriction of free travel in this globalized world. Obviously, the pandemic and the war will have deep marks in our societies and we will need much longer time to heal and recover.

- You are a diplomat, but should we prepare for war or peace from now on?

- I don't want to think about war. Bigger, stronger nations need to take action and aggressors need to know that actions against

violation of peace in the world will not go unpunished. Peaceful cooperation and dialogue is the key to our future existence.

- How did the war between Russia and Ukraine change your agenda?

- For Georgia this unthinkable war has made the reality of who can be the future victim, very clear. Current war has accelerated Georgia's process of application for EU membership, it has made our vision of Euro-Atlantic integration even more clear and necessary for the peace and security in the region.

- What questions do you ask yourself and what lessons do you learn from what has been happening in recent months? Is the world doing enough to stop the war?


- Are we doing everything in our power? There are many similar questions but I think of lessons learned. A war is a horrible way

to learn lessons but it gives an opportunity to plan, to think through for the future security and peace. In the battle the most valuable lessons are learned. We have learned the power of economic sanctions, we have learned that center of gravity of Russia today is financial and not military. I hope we have learned to listen and not to ignore.

- As an ambassador, what is your vision - how to create a better world?

- Communication and Dialogue. We need to practice tolerance!

- What will you say to Bulgarian politicians and Bulgarian business?

- We need to continue and strengthen our work together for security of our Black Sea Region. Business and politics are intertwined. Harmony in both is what we should strive for. 

ПИОНЕРСКАТА ВИЗИЯ НА „ХЮВЕФАРМА“



THE PIONEERING VISION OF
“HUYEPHARMA”



СПИСАНИЕ TIME ПРЕДСТАВИ ДРУЖЕСТВОТО В СПЕЦИАЛНОТО СИ ИЗДАНИЕ ЗА 100-ТЕ НАЙ-ВЛИЯТЕЛНИ КОМПАНИИ В СВЕТА

Пионерската визия на „Хюбефарма“ е във фокуса на TIME. Авторитетното американско списание разказва за българското дружество в специалното си издание, посветено на 100-те най-влиятелни компании в света. Публикуваме материала със съкращения.

„Хюбефарма“, глобален лидер, специализира във ветеринарномедицински продукти с приложение в животновъдството, стартира в края на м.г. съвместно предприятие за промишлено производство на Омега-3 мазнини. Новата гама масла от микроводорасли (алги), произвеждани от „Хюбе Нутрасютикълс“, ще е подходяща за ползване и при храна за хора и домашни любимци. Това е голяма стъпка напред в тенденцията за използване на масла на растителна основа, които се считат за жизненоважни за здравето както на животните, така и на

хората, вместо използваните традиционно за производството на Омега-3 мастни киселини масла от риба.

Производството на тези продукти е в новия ферментационен завод на „Хюбефарма“ в гр. Пещера. Технологичният процес се осъществява в контролирана и безопасна среда, която елиминира наличието на тежки метали, наночастици от пластмаси и други токсини, опасни за здравето, които могат да бъдат открити в рибните масла. Като израз на цялостния стремеж към намаляване на въздействието от самото производство на микроалги върху околната среда, голяма част от използваната енергия ще бъде генерирана от възобновяеми източници.

С оглед на факта, че търсенето на Омега-3 масла от растителен произход расте експоненциално, това води до двойни ползи, обяснява Кирил Домусчиев, пре-

зидент на „Хюбефарма“.

Мотивацията на Домусчиев е пример за модерен бизнесмен, решен да остави положително наследство. Неговият интерес е не само да ръководи доходоносен бизнес, но и да реинвестира печалбите в по-добри и по-модерни технологии, с цел подобряване на методите за производство. Тези инвестиции подпомагат и постигането на по-здрава и по-устойчива околна среда, което е от полза както за работещите в компанията, така и за местните общности.

Преминаването на „Хюбефарма“ към устойчиво производство на масла от микроалги е само последният от дълга поредица проекти с визия към бъдещето, които Кирил Домусчиев и неговият брат Георги са стартирали в областта на ветеринарномедицинските продукти за животновъдството от 2000 г.,

TIME MAGAZINE FEATURED THE ENTERPRISE IN ITS SPECIAL EDITION ON THE 100 MOST INFLUENTIAL COMPANIES IN THE WORLD

Huvepharma's pioneering vision is the focus of TIME. The authoritative American magazine writes about the Bulgarian company in its special edition dedicated to the 100 most influential companies in the world. We publish the material with abbreviations.

Huvepharma, a global leader specializing in animal health products, launched a joint venture for the industrial production of Omega-3 fats at the end of last year. The new range of algal oils produced by Huve Nutraceuticals will also be

suitable for use in pets and people alike. This is a major step forward in the trend of using plant-based oils, which are considered vital for the health of both animals and humans, instead of the fish oils traditionally used to produce Omega-3 fatty acids.

The production of these products is carried out in the new fermentation plant of Huvepharma in the town of Peshtera. The technological process is carried out in a controlled and safe environment, which eliminates the presence of

heavy metals, nanoplastics and other substances hazardous to health that may be present in fish oils. In a concerted effort to reduce the environmental impact of the production process itself, a significant proportion of the energy used to manufacture these algal oils will be generated from waste and renewable sources.

In view of the fact that the demand for Omega-3 plant-derived marine oils is growing exponentially, this leads to a win-win situation, explains Kiril Domuschiev, President of Huvepharma.

• КОМПАНИИ • COMPANIES •

когато закупуват 54% дял във фирмата за ветеринарномедицински продукти „Биовет“. Тя е преименувана на „Хювефарма“ пет години по-късно. Чрез комбинация от органичен растеж и придобивания се е развила до глобална компания с 11 производствени завода в 4 държави, приходи в размер на повече от 672 млн. щ.д. и EBITDA (приходи преди лихви, данъци, обезценка и амортизация) за 2020 г. в размер на 191 млн. щ.долара.

Въпреки че се гордее със своя български произход, възгледите на Домусчиев са категорично международно ориентирани. „Работим на глобален пазар“, казва той. „Не само продаваме продуктите си в повече от 100 държави, но производството ни също е разположено в различни страни. Разполагаме с две предприятия във Франция, завод за химичен синтез в Италия, три завода за биотехнологии и ваксини в България и шест отделни производства в САЩ за ваксини и ветеринарномедицински продукти.“

Тази географска диверсификация обяснява донякъде защо „Хювефарма“ успява да се присъедини към ограничения кръг компании, чиито финансови показатели се подобряват по време на пандемията от COVID-19, като приходите се повишават с 11.2% през първото тримесечие на 2021 г. спрямо същия период на предходната година. Всички групи продукти на компанията отчитат растеж, а този на фуражните добавки започва ръст над средния за дружеството в резултат на пускането на пазара в САЩ и Европа на нови собствени продукти, предназначени за контрол на кокицидоза и други инфекции.

В същото време приходите, генерирани от продажби в останалата част на света, също нарастват с повече от 30%, тъй като клиентите се пренасочват към „Хювефарма“ за сметка на конкурентни производители в Азия, защото компанията започва да бъде възприемана като надежден доставчик по време на пандемията.

Domuschiev's motivation is an example of a forward-thinking businessman determined to leave a positive legacy. His interest is not only to build a profitable business, but also to reinvest profits in better and more modern technologies, with the aim of improving production methods. These investments also support the achievement of a healthier and more sustainable environment, which is beneficial both for the company's employees and for the local communities.

Huvepharma's move towards sustainable algal oil production is just the latest in a long line of farsighted projects that Kiril Domuschiev and his brother Georgi have been launching in the field of livestock health sector since 2000, when they bought a 54% stake in the animal health firm Biovet. It was renamed Huvepharma five years later. Through a combination of organic growth and acquisition, it has grown into a global company with 11 manufacturing plants in 4

Набирането и задържането на висококачествен персонал е силно конкурентна дейност, в която „Хювефарма“ се представя блестящо.

„Винаги се стремим да предложим на хората си конкурентни пакети от възнаграждения, но това е само половината от уравнението“, казва Домусчиев. „Освен това непрекъснато се стремим да им осигуряваме подходящо обучение и развитие, както и привлекателни схеми с допълнителни стимули.“

Заводите на „Хювефарма“ са сред най-големите ферментационни мощности в Евронеийския съюз и са в пълно съответствие с правилата и регламентите на ЕС. Тези производства са ключови активи за компанията и я превръщат в един от най-големите глобални доставчици на ветеринарномедицински продукти в животновъдството.

Ангажиментите на компанията към защитата на околната среда и устойчивото развитие също са сериозни. Дружеството е изградило модерни инсинератори, които оползотворяват отпадъчните материали и биомаса от производството и генерират енергия,

countries, revenues of more than \$672 million, and 2020 EBITDA (earnings before interest, taxes, depreciation and amortization) of \$191 million.

Although he is proud of his Bulgarian roots, Domuschiev's perspective is resolutely international. "We operate in a global market," he says. "Not only do we sell our products in more than 100 countries, but our facilities are spread widely as well. We have two production sites in France, a chemical synthesis plant in Italy, three production facilities for biotechnology and vaccines in Bulgaria, and six sites in the U.S. for vaccines and veterinary medicines."

This geographical diversification partly explains why Huvepharma has joined the select band of companies whose financial performance improved during the COVID 19 pandemic, with year-on-year revenue increasing by 11.2% during the first quarter of 2021. All segments enjoyed growth, and the sale of feed additive products

която се връща за използване в производствения процес на ферментационните звена.

Междувременно множество инсталации за третиране на отпадните води и филтриране на отработения въздух също са интегрирани в производствените обекти. Тъй като енергията е от съществено значение за осигуряване на непрекъсваем режим на производство, съществуващите когенерационни електроцентрали осигуряват непрекъснато подаване на електроенергия и пара. Компанията разполага със соларни инстала-

was boosted by the U.S. and European launches of drugs specifically designed to control the coccidiosis intestinal tract infection.

At the same time, revenue generated from sales to the rest of the world also increased by over 30% as customers turned from companies in Asia to Huvepharma, as it came to be viewed as a more reliable supplier during the pandemic.

The recruitment and retention of highly qualified staff is another highly competitive activity in which Huvepharma has performed brilliantly.

"We always strive to offer our people competitive remuneration packages, but this is only half of the equation," says Domuschiev. "We are also continually striving to give them the appropriate training and education, as well as attractive incentive schemes."

Huvepharma's plants are among the largest fermentation facilities in the European Union



Георги и Кирил Домусчиев
Georgi and Kiril Domuschiev



Пробив в света на милиардерите

Кирил и Георги Домусчиеви официално станаха част от класацията на американското списание Forbes на милиардерите за 2022 г. Всеки от тях управлява активи за 2 млрд. долара и си поделят 1513-о място сред общо 2580 милиардери по света. Двамата влизат за първи път в престижната класация и са единствените българи, чието официално състояние надхвърля 1 милиард долара – голният праг на класацията.

„Братята започват да инвестират сами през 2000 г., когато купуват 54% от държавната фирма за ветеринарна медицина „Биовет“; в крайна сметка я закупуват изцяло и трансформират в „Хювефарма“, сега шестата по големина фирма за здравни продукти в света, с операции, простиращи се от Линкълн, Небраска, до Северозападна Италия. Другите им притежания варират от фирмата за превоз на насипни товари „Параходство БМФ“ до „Лудогорец“–Разград, който стана най-успешният футболен отбор в страната под тяхна собственост“, пише Forbes.

A breakthrough in the world of billionaires

Kiril and Georgi Domuschiev have officially become part of the American magazine Forbes billionaire ranking for 2022. Each of them manages assets to the value of 2 billion dollars. They share the 1513th place among a total of 2580 billionaires worldwide. They are the only Bulgarians whose official fortune exceeds 1 billion dollars - the lower threshold on the list.

"The brothers started investing alone in 2000, when they bought 54% of partially state-owned animal health firm Biovet; they eventually purchased it outright and transformed it into Huvepharma, now the world's sixth-largest livestock health firm, with operations stretching from Lincoln, Nebraska to northwestern Italy. Their other holdings range from bulk cargo shipping firm Navibulgar to Ludogorets Razgrad, which became the country's most successful soccer team under their ownership," writes Forbes.

ци с обща мощност 25 MW. Изграждат още електроцентрали от възобновяеми източници с обща мощност 300 MW, които са планирани да заработят поетапно до 2030 г., с което „Хювефарма“ ще може изцяло да задоволява собствените си енергийни нужди. Завършването на този инвестиционен цикъл ще осигури пълна възлеродна неутралност на компанията.

Усилията на Домусчиев да гарантира, че компанията ще може винаги да разполага с достатъчно енергийни ресурси за своето производство, са започнали още преди години – много преди сегашната

криза, която води до заплахата от сериозно повишаване на разходите за енергия в дългосрочен план. В този контекст политиката му изглежда не само прозорлива, но и изпълнена от положително вдъхновение.

„Нашата строга екологична, социална и управленска (ESG) политика и сегашните високи цени на електроенергията превръщат това в една от най-важните ни инвестиции в близко бъдеще“, казва той.

„Хювефарма“ е повече от готова за бъдещите предизвикателства и възможности.

and work in full compliance with EU rules and regulations. These facilities are key assets for the company and making it one of the largest global suppliers of livestock health products.

The company's commitments to environmental protection and sustainable development are also strong. The company has built modern incinerator plants that recover waste materials and biomass from production and generate energy, which is used for production processes in the company's fermentation plants.

Meanwhile, waste-water treatment and exhaust air filtration installations are also integrated into the company's manufacturing facilities. As energy is essential to keeping production ongoing, the current co-generation plants guarantee an unbroken supply of energy and steam. In order to utilize natural energy sources, solar power installations with a total capacity of 25 megawatts

are in use. Additional solar plants with a capacity of 300 megawatts are under construction and scheduled to be operational in 2030, which will make Huvepharma completely self-reliant in terms of energy use. Upon completion, operational efficiency will make the company's production carbon neutral.

Domuschiev's efforts to ensure that the company will always have enough energy to operate go back years, pre-dating the current supply crisis that threatens to push the cost of power up steeply this year. In this context, his policy seems not only prudent but positively inspired.

"Our stringent environmental, social and governance (ESG) policy and current high electricity prices make this a financial obligation, and it is one of our most important investments for the near future," he says.

Huvepharma is more than ready for future challenges and opportunities.

В елита на американския бизнес

Председателят на Управителния съвет на най-голямата работодателска организация в България – КРИБ, Кирил Домусчиев, стана част от елита на американския бизнес. На 22 март „Хювефарма“ беше представена като най-новия член на Консултативния съвет към президента на Търговската камара на САЩ във Вашингтон. Г-н Домусчиев говори пред висши представители на камарата на специален обяд, даден в негова чест от бившия президент и главен изпълнителен директор на организацията Томас Дж. Донохю и посланик Карол Б. Халет, съветник в камарата. Домусчиев подчерта необходимостта от насърчаване на повече чуждестранни инвестиции от Европа в Съединените щати, и особено от България, за укрепване на трансатлантическите връзки и стимулиране на нови отношения.


„През 2005 г. нашата първоначална цел беше да навлезем на пазара в САЩ чрез износ на фармацевтични и здравни продукти за животни на „Хювефарма“ от нашите европейски производства. 17 години по-късно, след като следвахме внимателно дефинирана стратегия за растеж, ние присъстваме в шест американски щата с пет завода и два

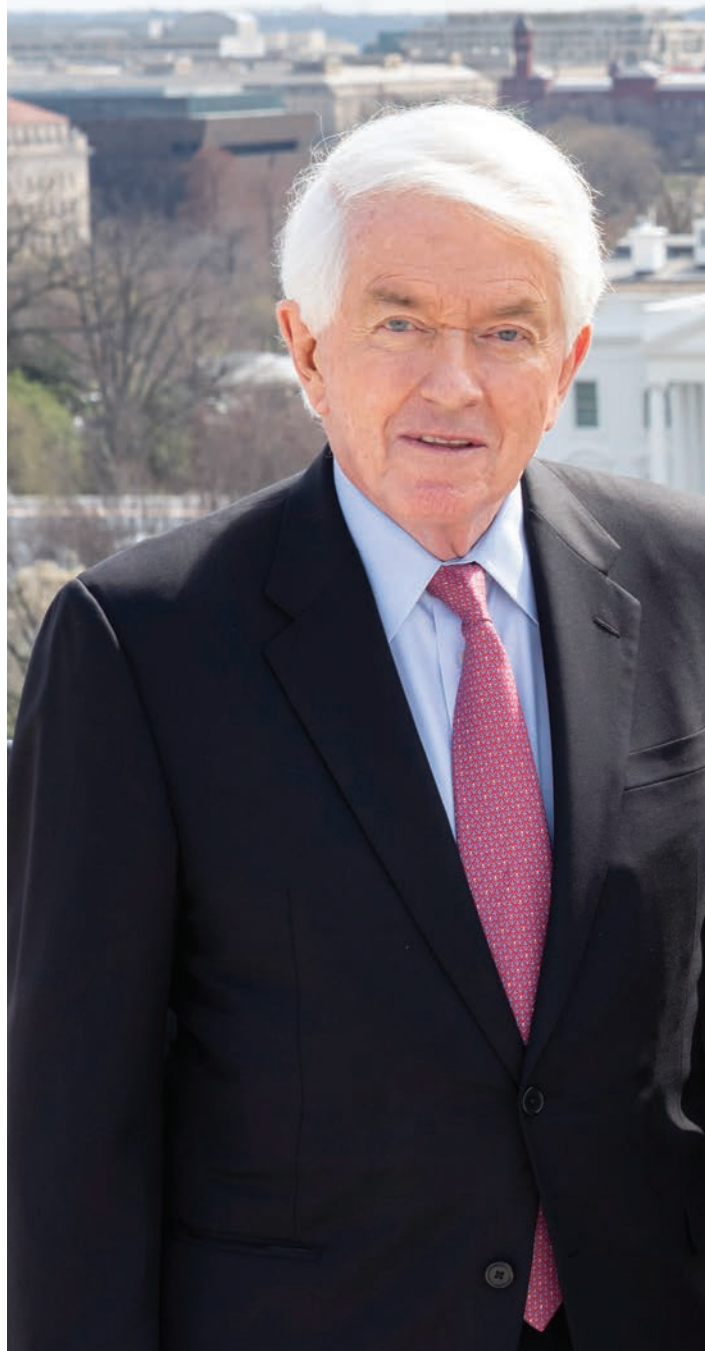
центъра за научноизследователска и развойна дейност. Нашите продукти се продават в цялата страна. Ние не само се научихме да се конкурираме на този голям пазар, но и да станем водеща компания в бранша. Гордеем се с тези постижения!“, каза Домусчиев.

Като член на Консултативния съвет на президента, „Хювефарма“ ще има глас в ексклузивните сесии на Камарата на икономически, регулаторни и търговски въпроси с водещи експерти, държавни служители и членове на Конгреса.

Посланик Халет подчерта как бизнес опитът на г-н Домусчиев в България, ЕС и Съединените щати съответства на мисията на Камарата за насърчаване на по-широки трансатлантически бизнес връзки за стимулиране на икономическия растеж.

Търговската камара на САЩ е най-голямата бизнес организация в света, създадена е през 1912 г.

През 2019 г. Кирил Домусчиев получи отличието „Почетен гражданин на Небраска“ заради направените от „Хювефарма“ инвестиции в щата. Година по-рано пък компанията бе отличена от кмета на Сейнт Луис, Мисури, с наградата „Бизнес на годината“ за подпомагане на икономическото развитие на града. 





Кирил Домусчиев с посланик Карол Б. Халет, съветник в Камарата на САЩ, и бившия президент и главен изпълнителен директор на Камарата на САЩ Томас Дж. Донохю (от дясно наляво)

Kiril Domuschiev with Ambassador Carol B. Hallett and former U.S. Chamber of Commerce President and CEO Thomas J. Donohue (from right to left)

Part of the American business elite

Kiril Domuschiev, the Chairman of the Board of the largest labour organization in Bulgaria - KRIB, is now part of the American business elite. On 22 March, Huvepharma was introduced as the newest member of the President's Advisory Council of the US Chamber of Commerce in Washington DC. Mr. Domuschiev spoke to senior Chamber officials at a special luncheon given in his honour by former US Chamber President and CEO, Thomas J. Donohue and Ambassador Carol B. Hallett, Counselor to the US Chamber. Domuschiev stressed the need to encourage more European investments in the United States, and especially from Bulgaria, as a means to foster Trans-Atlantic relationships and stimulate new connections.


"In 2005, our original goal was to enter the U.S. market by exporting Huvepharma's animal pharmaceutical and health products from our European operations. Seventeen years later, after following a carefully defined growth strategy, we are present in six AmEuropean states with five plants and two R&D centers. Our products are sold throughout the country. We have not only learned how to compete in this large market, but also to become a leading company in the industry. We are proud of these achievements!", said Domuschiev.

As a member of the President's Advisory Council, Huvepharma will have a voice in the US Chamber's exclusive sessions on economic, regulatory and trade issues held with leading experts, government officials and members of

the US Congress.

Ambassador Hallett emphasized that Mr. Domuschiev's business experience in Bulgaria, the EU, and the United States is consistent with the Chamber's mission to promote broader Trans-Atlantic business opportunities that stimulate economic growth.

The US Chamber of Commerce is the largest business organisation in the world, established in 1912.

In 2019, Kiril Domuschiev received the Honorary Citizen of Nebraska Award for the investments made by Huvepharma in that state. A year earlier, the company was honored by the City of St. Louis, Missouri, with the "Business of the Year" Award for supporting the city's economic development. 



Къде е сигурното убежище за ПАРИТЕ

ИЗБИРАЙТЕ
СЪОБРАЗНО
СВОЯТА
ФИНАНСОВА
ГРАМОТНОСТ И
РИСКА, КОЙТО МОЖЕ
ДА ПОЕМЕТЕ

✍ **Георги Георгиев**

Как да увеличим доходността на парите си или как поне да съхраним тяхната стойност – този въпрос си задават мнозина, които виждат как те се обезценяват под напора на инфлацията и рязкото поскъпване. Кризата и инфлацията играят ролята на генератор и принуждават всеки да се раздвижи. Кое е добро и надежно убежище за парите му – това всеки преценява сам в зависимост от своите потребности, от финансовата си грамотност, а и от размера на средствата, с които разполага.

Къде да търсим доходност и как да се

отнасяме към личните си спестявания и семейното богатство, в какво да инвестира бизнесът и как по-добре да управлява корпоративните финанси – на тези въпроси консултантите ще дадат най-различни отговори и предложения. Те може и да не препоръчат да инвестирате в себе си и в своите служители, да пропуснат, че може да си подарите преживяване, което преди сте отлагали или пандемията ви е възпирала да направите. Но може да направите и дарение. Има редица примери за щедрост: С дарението на братята Евлоги и Христо Георгиеви е направена централната част на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, със



Йордан Генов: Във времена на несигурност дебнат много капани

КРИЗИТЕ ОТВАРЯТ
РЕДИЦА
ШАНСОВЕ,
НО ТРЯБВА ПРАВИЛНО
ДА ГИ РАЗПОЗНАЕТЕ

Сега има много насладващи се фактори на несигурност, инфлацията расте, издръжката на живота поскъпва. Военният конфликт в Украйна също оказва своето силно негативно влияние. Високите цени на суровините и енергоносителите може да предизвикат рецесия още през тази година.

Ако търсите убежище за парите си, е добре да си дадете сметка дали за период от една до три години няма да се наложи да разчитате на тези средства в нарастващата несигурност. Ако разполагате с финансови буфери, ако работата ви е сравнително сигурна и няма опасност да я загубите, може да се насочите към балансирана инвестиция в диверсифицирани финансови инструменти, като акции, облигации, фондове – в съответствие с риска, който може да си позволите. В България традиционно убежище за натрупани спестявания са недвижимите имоти.

В момента има риск да се създадат най-различни балони заради политиката на централните банки с ниските лихви. Имотите може дълго да останат надценени. Демографската ситуация в България не е добра и не е ясно какъв ще е вторичният им пазар след време. Пазарът на офиси беше силно засегнат от пандемията и там скоро не се очаква нов бум в интереса. Следя цените на активите на финансовите пазари – акции, облигации, суровини – при тях има значително поскъпване. Вероятно през цялата 2022 г. цените им ще останат на високи нива, но се надявам през следващата година да настъпи нормализация.

Какво ни очаква в близкото бъдеще – никога с точност не можем да кажем това. Ето защо за хората, които търсят кратък хоризонт на инвестициите си, с които да се предпазят от инфлацията – там рисковете са много големи. В исторически план винаги има някаква цикличност и ако активите са много надценени, идва време да се върнат към по-приемливи нива. Но дали и кога ще се случи това, предварително не



Йордан Генов е изпълнителен директор на Moite Pari Consult

знаем. Възможно е няколко години да има задръжане на цените.

При тази неизвестност е важно хората да не се фокусират само върху външните събития – висока инфлация, несигурност, риск от балони в различни сфери. Препоръчвам всеки да се концентрира най-вече върху своите житейски обстоятелства, когато взема инвестиционно решение. Не просто да чакате цените на имотите да паднат, а да се прецени цялостното състояние, нуждите и възможностите на конкретното домакинство.

Заради риска от рецесия бизнесът трябва да е много внимателен. Добре е да се предвидят рискове от спад на икономическата активност. Но кризите отварят и възможности. Големи компании пренасят своите операции на по-сигурни места от гледна точка на политическия риск. Това е шанс някои български компании да развият нови партньорства.

Бъдете внимателни към високорисковите проекти, които в тази несигурна ситуация може да не са така успешни, както ви се иска. Растящата инфлация може да подтикне и компании, и отделни хора да търсят висок риск, който да донесе по-висока възвръщаемост. Но може да попаднете в капан. Затова внимавайте с „мътните води“.

Сега е моментът за равностметка – след годините на растеж от 2012 до началото на пандемията. Идва време всеки да си постави новите стратегически цели.

средства на друг родолюбив предприемач – Димитър Ценов, е построена Стопанската академия „Димитър А. Ценов“. Строителството на централната сграда на БАН е станало с личната ангажираност на 22-ма академици, които ипотекирали свои имоти. Само преди години с дарение от „Асарел-Медет“ АД в Историческия музей в Панагюрище е изградена зала трезор за Панагюрското златно съкровище. Така то се връща всяка година за един месец, а през другото време там е изложено едното от двете точни златни копия.

Предлагаме две гледни точки към парите и тяхното добро управление:

Дончо Донев: Има много възможности за дългосрочна доходност

ИНВЕСТИЦИОННИТЕ РЕШЕНИЯ НА ПОЩЕНСКА БАНКА СА НАСОЧЕНИ КЪМ ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, НО И КЪМ БИЗНЕСА



Дончо Донев е директор управление „Капиталови пазари“ в Пощенска банка

Икономическата ситуация, както във вътрешен, така и в световен мащаб, е повече от сложна. Това се дължи на редица фактори, като сред водещите може да открия пандемията от последните две години, която е вероятно да затихне постепенно, но пък войната в Украйна я измести като най-сериозният геополитически фактор. Тя влияе не само върху доставките на определени стоки, но и върху веригите на доставки, които се оказаха особено проблематични по време на пандемията от Covid-19.

Предварителни данни, разпространени от Евростат скоро, сочат, че годишната инфлация в еврозоната през март е достигнала 7,5 на сто спрямо 5,9 през февруари.

Последните новини от Европейската централна банка са, че институцията остави лихвите без промяна и потвърди спирането на програмата за изкупуване на облигации през третото тримесечие. ЕЦБ от няколко месеца намалява темпа на вливането на ликвидност в икономиката, изтъквайки необходимостта от гъвкава парична политика на фона на конфликта в Украйна и високите цени на енергията.

Напомням също така, че преди няколко седмици Федералният резерв прецени, че икономиката на САЩ е в състояние да издържи на по-строга парична политика и повиши лихвените проценти за първи път от 2018 г. Това е и първият път, когато лихвените проценти се покачват от досегашните почти нулеви нива.

Какъв да е подходът от страна на потребителите: В Пощенска банка наблюдаваме подобрена финансова грамотност сред клиентите ни особено в последните две години, което ни радва, затова усилията ни за повишаване на информираността няма да спрат и визията ни е да имаме активна роля в този процес. Когато едно общество е финансово грамотно, то цялата финансова система функционира устойчиво. Банките имаме интерес да обслужваме клиенти, които имат ясна визия как да разполагат със средствата си.

Интересът към новите инвестиционни решения на пазара все повече нараства,



което е предпоставка и стимул за иновативните компании да предлагат нови и атрактивни възможности на своите клиенти. Потребителското търсене на разнообразни спестовни продукти се засилява и клиентите все по-често ориентират своя избор към алтернативни решения за съхранение на личните средства.

Пощенска банка дистрибутира взаимни фондове повече от 13 години на базираното в Люксембург управляващо дружество Eurobank Fund Management Company (Luxembourg) S.A.

Взаимните фондове на Пощенска банка отговарят на най-добрите световни тенденции и са напълно хармонизирани с европейското законодателство. Сред предимствата на взаимните фондове са тяхната прозрачност, гъвкавост, професионално управление, както и възможността с много малки суми да се инвестира на глобалните пазари. Клиентите ни все повече разглеждат взаимните фондове като интересен разпознаваем продукт за диверсификация на спестяванията и постигане на дългосрочна доходност. Занапред очакваме



LIFE-CYCLE ФОНДОВЕТЕ ДОБИВАТ ПОПУЛЯРНОСТ

в Европа и очакваме сериозен интерес към тях. Те са свързани с дългосрочно планиране и спестяване на средства за конкретни бъдещи житейски потребности.

.....

разумения с Европейския инвестиционен фонд (ЕИФ). Те са по програма „Европейски гаранционен фонд“ за създаване на портфейл от кредити в размер до 650 млн. евро. Включването в програмата даде възможност на банката да предостави улеснен достъп до финансиране на бизнеса при преференциални условия, подкрепяйки ликвидните нужди и проекти на малки, средни и междинни предприятия в настоящата предизвикателна икономическа среда. Програмата е отворена за кандидатстване до края на 2022 г.

В подкрепа на бизнеса в България ще предложим още по-ефективни и добри финансови решения, което ще стане с разширяването на партньорството ни с Европейския инвестиционен фонд. Това е поредна стъпка, с която заслужаваме, че продължаваме да стоим плътно до своите клиенти и да отговаряме на техните потребности, подкрепяйки ги в сложната икономическа среда.

Поредно признание - неслучайно през април 2022, за десета поредна година Пощенска банка беше определена като най-добрата банка попечител в България. Отличието идва от престижното световно издание за капиталови пазари, управление на активи и инвестиционна дейност „Global Custodian“. Според актуалните резултати, публикувани и обявени от списанието, Пощенска банка категорично доминира и отново затвърждава лидерската си позиция, като демонстрира впечатляващи числови оценки, които са по-високи не само от тези на останалите конкуренти, но и от средните за пазара на попечителски услуги в България.

сериозен интерес и към life-cycle фондовете. Тези взаимни фондове са популярни в САЩ и отскоро добиват популярност в Европа. Те са свързани с дългосрочно планиране и спестяване на средства за конкретни бъдещи житейски потребности и ще са подходящ избор за инвеститори от 18 години до зряла възраст. При тях инвеститорите получават един широко диверсифициран портфейл от финансови инструменти и професионално управление на средствата в рамките на техния житейски цикъл.

Широка е палитрата от иновативни спестовни решения в богато портфолио, с което Пощенска банка разполага. Те са персонализирани и отговарят на финансовите потребности на клиентите, за да им осигурят още по-добро потребителско преживяване. Само за миналата година предложихме пет разновидности на структуриран депозит, които бяха обвързани с представя-

нето на различни индекси.

Ползите при инвестиция в структуриран депозит са в това, че той обединява сигурността на банковия депозит с възможността за получаване на доходност, обвързана с представянето на даден борсов индикатор. Структурираният депозит е инструмент с потенциал за получаване на по-добра лихва на падежа на депозита в сравнение със стандартните срочни депозити, без да поставя под риск вложената сума.

При финансирането на дейности, свързани с развитието на различни области от икономиката - банковият сектор традиционно е ангажиран с това. Банките можем да допринесем значително към усилията на бизнеса чрез прилагането на селективни практики при отпускане на кредити за малък бизнес и за енергийна ефективност.

През изминалата година Пощенска банка подписа две нови гаранционни спо-



Андриан Йосифов е изпълнителен директор на Мъни П्लус Мениджмънт АД. Работи в компанията от самото ѝ създаване преди повече от две години, като преди заемането на настоящия си пост е бил търговски директор. Има над 15-годишен опит в сферата на финансирането и в частност кредитирането. Когато не се е потопил във финансови дела, той обича да прекарва време със семейството си, да пътува, да ходи на лов и да се информира за новостите в автомобилния свят.

Андриан Йосифов: Потребителският кредит е инструмент за пестене на

ВРЕМЕ

ВЛЕЗТЕ В „МАГАЗИНА ЗА ПАРИ“, КОГАТО НЕОБХОДИМОСТТА ОТ ЗАЕМ Е ОСЪЗНАТО, А НЕ ЕМОЦИОНАЛНО РЕШЕНИЕ

✍ Тони Григоров

- **Парите**, както в миналото, така и сега, са средство за разплащане. В ситуация на инфлация, в каквата се намираме в момента, покупателната способност на всеки е намалена и дори повишаването на дохода с определен процент не може да компенсира нарастващата обезценка. Сега повече от всякога дигитализацията е решение, което улеснява достъпа до финансиране, и това е посоката, в която Money+ усилено работи.

- **Отношението към парите:** Все повече хора се отнасят пренебрежително към парите. По-голяма част от клиентите на Money+ не попадат в това число.

- **Потребителският кредит** е инструмент за пестене на време и средства, когато човек трябва да покрие свои нужди или да постигне конкретни цели. Кандидатстването за финансиране обаче винаги трябва да е осъзнато.

- **Криворазбраното кредитиране:** Част от клиентите negliжират плащането на кредитите си, което води до влошаване профила на клиента и до по-трудно финансиране в бъдеще. Сред тях има такива, които се възползват от кредитиране с неосъзната нужда от него и поради неправилно планиране след това изпадат в затруднения, които водят след себе си криворазбрано и негативно отношение към кредитите.

- **Небанковите институции** и банки-

те, макар да са част от една индустрия и да подлежат на регулиране от БНБ, следват различни правила. При небанковите институции трябва да разграничим пазара на бързите кредити и пазара, в който се е позиционирала компанията Money+. Нашите клиенти използват продукт, близък до банковия, като ние даваме възможност за усвояване на по-голяма сума (предлагаме кредит до 200 000 лв.) и по-дълъг срок на изплащане на фиксирани равни месечни вноски.

- **Преди да потърсите кредит**, помислете дали наистина имате нужда от него, в какъв размер може да е той, така че да не наруши баланса в семейния ви бюджет.

- **Възможности, които Money+ предлага:** Нашият модел е да предлагаме финансово решение за всеки клиент според нуждите и кредитния му профил, като наш приоритет е да отговорим на неговите потребности. Компанията предоставя и възможности за професионално развитие в един млад и мотивиран екип от професионалисти.

- **Клиентът – между нуждите и възможностите.** Наблюденията ни показват, че повечето клиенти нямат възможността да си позволят кредит, който да задоволи нуждите им. Затова, както отбелязах, кредитът трябва да е осъзнато, а не емоционално решение.

- **Магазинът за пари** разполага с богат набор от финансови продукти за клиента. Тук всеки наш клиент може да намери индивидуално решение на финансовия проблем, който го тревожи.

- **Толерантност** и търпимост винаги трябва да има и да са в голям размер. Подхождаме с разбиране към клиентите, изпаднали в затруднение, и се стремим да намерим решение и за тях. За наше щастие те не са висок процент, благодарение на добрата ни преценка и консултация от нашите служители в офисите ни.

- **Визията на Money+ за развитието напред:** Новаторство и модернизирани сектори, в които оперираме – това е стремежът на Money+. Целта ни е на едно място да предложим различни финансови решения и продукти. 📌

ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА УЛЕСНЯВА ДОСТЪПА

до финансиране и това е посоката, в която Money+ усилено работи

Фирмен профил

Мъни Плюс Мениджмънт АД е финансова институция в областта на потребителското кредитиране. Водещите продукти и услуги са под марката Money+. Стратегията на групеството е да се наложи като магазин за пари, който отговаря на различните нужди на потребителите. Компанията предоставя набор от решения за финансиране на всеки клиент, сред които: за покупка на стоки, за дома и офиса, за рефинансиране на съществуващи кредитни задължения към други кредитори, при временно затруднение за упражняване на професията, за инвестиция в бъдещето, за спокойни старини и кредити за собственици на малък и среден бизнес. Компанията разполага с мрежа от 23 офиса, разположени на топ локации в 14 големи града, а също и с онлайн платформа за кандидатстване.

Европейски средства за българския

БИЗНЕС

ПРЕЗ ТАЗИ ГОДИНА
СЕ ОТКРИВАТ
МНОЖЕСТВО
ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА
ЦЕЛЕНАСОЧЕНА
ФИНАНСОВА ПОДКРЕПА

Бизнесът продължава да е изправен пред множество изпитания, както не предвидени, породени от кризата с COVID-19 и войната в Украйна - драстично увеличение на цените на електроенергията, газа и суровините, забавяния във веригите за доставки и нарастваща инфлация, така и структурни - ниска степен на дигитализация и интернационализация, ресурсоемкост и въглеродна интензивност, липса на умения и кадри, ниски нива на технологичен трансфер, неоползотворен иновационен потенциал и ниска продуктивност. Някои от барьерите пред развитието на българските компании може да бъдат преодолени чрез целенасочената публична финансова подкрепа. Ето и резюме на дългоочакваните грантови процедури, които ще стартират до края на годината. Представя ги Димитър Ганев, изпълнителен директор на „Ню Ай“:

Зелен преход

Националният план за възстановяване и устойчивост (НПВУ) и програмите, финансирани от европейски структурни и инвестиционни фондове, за периода 2021-2027 предвиждат комбинация от мерки, които ще помогнат на българските предприятия да внедрят принципите на кръговата икономика и да намалят своя въглероден интензитет. НПВУ ще предостави безвъзмездни средства в подкрепа на предприятията за въвеждане на кръгови **модел на производство и потребление**, намаляване на използваните суровини и насърчаване на технологии за рециклиране. Програма „Конкурентоспособност и иновации в

предприятията“ (ПКИП) допълнително ще финансира инвестиции, подобряващи **ресурсната ефективност** във всички сектори на икономиката.

НПВУ ще предостави значителна целева подкрепа под формата на грантове и финансови инструменти за декарбонизация на индустрията. Дългоочаквана сред бизнеса е процедурата за финансиране на ВЕИ системи за **собствено потребление** (до 1MW) в комбинация със съоръжения за локално съхранение на произведената енергия. Предвиждат се и инвестиционни помощи за изграждането на инсталации за производство на **зелен водород** от възобновяема енергия и биогаз с цел приложение в преработвателната промишленост, транспорта и производството на електрическа и топлинна енергия. Ще се подкрепят и мерки за **енергийна ефективност в предприятията** както със средства по НПВУ, така и по ПКИП. В НПВУ е заложен гаранционен инструмент за енергийна ефективност и възобновяема енергия, който ще се реализира в рамките на InvestEU.

Голям интерес предизвиква схема, насочена към ускоряване на декарбонизацията на икономиката - изграждане на **ВЕИ с обща мощност от минимум 1.4 GW** и прилежаща инфраструктура за съхранение (батерия) посредством пет тръжни процедури, всяка от които предвижда минимален капацитет от 285 MW инсталирана мощност.

Все по-популярни са централизираните програми за безвъзмездно финансиране, при които се кандидатства директно пред Европейската комисия - като **програма Life** за проекти в областта на



Фирмен профил

„Ню Ай“ ЕАД е водеща консултантска компания в България, която предоставя услуги в областта на управленското и проектното консултиране към публични и частни клиенти. Нейните експерти могат да съдействат във всички фази от жизнения цикъл на проект, кандидатстващ за публично финансиране - от предварителния анализ и подготовката на проектно предложение до управлението и отчитането на резултатите.



Димитър Ганев, изпълнителен директор на „Ню Ай“

Защо да потърсим експертна консултантска помощ

- ✓ Селектиране на най-подходящата възможност за безвъзмездно финансиране съобразно нуждите на клиента
- ✓ Анализ и развитие на проектна концепция спрямо изискванията на програмата
- ✓ Подготовка на цялата проектна документация, включваща административна, техническа, финансова и правна част
- ✓ Минимизиране на рисковете, с оглед специфичните изисквания за отчитане и изпълнение на проектите

в Планове за интегрирано развитие на общините или в Интегрираните териториални стратегии за развитие на регионите.

НПВУ полага основите и на цифровата трансформация на икономиката, като МСП ще могат да се възползват от безвъзмездно финансиране за **технологична модернизация** чрез закупуване на оборудване с фокус върху дигитализацията на производствени процеси. В Плана е заложена и грантова схема за **ИКТ решения и киберсикурност**, която ще подпомогне достъпа на предприятията до цифрови технологии.

Растежът на предприятията зависи и от инвестициите в хората. Програмата за развитие на човешките ресурси съчетава мерки за подобряване условията на труд и преодоляване на несъответствието между търсените и предлаганите умения на пазара на труда чрез курсове за **обучение и преквалификация на служители** и въвеждането на гъвкави иновативни форми на организация на труда.

Иновационен капацитет

Развитието и внедряването на нови продукти и услуги и съкращаването на пътя от научни изследвания до иновации ще са сред основните приоритети през следващите години. Програмата за научни изследвания, иновации и дигитализация за интелигентна трансформация предвижда интервенции за **повишаване иновационния капацитет на предприятията** и насърчаване трансфера на знания и технологии между научните организации и индустрията. ПКИП ще предостави подкрепа за внедряване на иновации и технологии от **Индустрия 4.0 в предприятията**, както и за засилване на капацитета за научни изследвания. 📌

зелени технологии, кръгова икономика и намаляване на климатичните промени или **Иновационния фонд** за инвестиции във високоинновативни нисковъглеродни технологии.

Растеж и дигитална трансформация

Ясно изразен е фокусът на НПВУ и програмите за стимулиране на интелигентния растеж на предприятията с акцент дигитализация. Една от специфичните цели на ПКИП е насърчаването на устойчивия растеж и конкурентоспособността на малките и средните предприятия (МСП) чрез производствени инвестиции, подкрепа на стар-

тиращи предприятия, както и на МСП в рамките на индустриални паркове и за изграждане на производствена инфраструктура. НПВУ също предвижда възможност за финансиране на **индустриални зони и паркове** чрез безвъзмездни финансови средства и заеми.

За първи път бизнесът ще може да се възползва и от Програмата за развитие на регионите, която ще насърчава интегрираното градско и териториално развитие чрез **партньорство между различни заинтересовани страни - бизнеса, държавни органи, НПО, научната общност**. Подкрепяните мерки включват различни типове инфраструктура, които трябва да бъдат предварително идентифицирани

Владимир Доков: Избирам честната игра и развитието



Владимир Доков е изпълнителен директор на Евро Геймс Технологжи и ръководи цялостните операции и ресурси на EGT за постигане на дългосрочните бизнес цели. Наблюдава стратегическата посока от развитието на компанията и нейните текущи операции. Преди да се присъедини към EGT през 2002 г., заема висши ръководни позиции в различни организации и има богат професионален опит. В продължение на 20 години той има важна роля в глобалната експанзия на компанията, растежа на пазарите и рентабилността.

НАШАТА ТЕХНОЛОГИЧНА КОМПАНИЯ НЕ СЕ ЗАТВАРЯ В ЗОНАТА СИ НА КОМФОРТ И ВИНАГИ ТЪРСИМ НАЧИНИ ДА СМЕ ЧАСТ ОТ ПРОМЕНИТЕ В ТЕХНОЛОГИИТЕ, А НЕ ТЕХЕН СТРАНИЧЕН НАБЛЮДАТЕЛ

✍ **Тони Григорова**

Във времето, когато светът влиза от криза в криза, не спираме да инвестираме в иновации, като не взимаме емоционални решения. Работим с фокус в бъдещето и следваме дългосрочните си цели. Най-важното за нас е да бъдем гъвкави, за да можем винаги да отговорим на променящата се среда. Успяваме благодарение на отгадеността на нашите експерти, които развиват визията ни на пет континента.

Ако вземеш на трудностите започне силно да се затяга, винаги се връщаме към основите и започваме да разплитаме от центъра на проблема, а не дълбаем около него. Изградил сме структура, която ни позволява бързо да идентифицираме, а много често и да предвидим подобно развитие.

Правилото, на което се опирам: Честна игра и развитие.

Пътят от локален производител до лидер на международния пазар се изминава с постоянство, критичен поглед към себе си и много работа без главозамайване. Пътят към глобалните пазари е отборна игра и аз съм доволен, че можем да разчитаме на добре работещ механизъм, който следва общите ни цели.

Когато доставяш продукти в над 100 държави и имаш офиси в 26 от тях, мислиш глобално, но имаш локализиран подход.

Да ръководиш 2500 служители от най-различни националности означава да създаваш корпоративни ценности, които обединяват хората в различията им.

Инвестицията в служителите е

изключително важна. Стремим се да създаваме среда, в която служителите развиват таланта си и се чувстват на място, давайки им възможност да са интегрирани в мисията на компанията. Придобиването на нови умения е съществена част от този процес.

Текуществото на кадри е ниско само когато хората се развиват заедно с бизнеса и чувстват, че личните им ценности се застъпват с тези на компанията.

Ентусиазмът е в основата на всичко за нас.

Нашият бизнес генератор на идеи е желанието да създаваме качествено преживяване. Затова не спираме да разработваме и представяме нови решения, които са технологично напреднали и отговарят на визията ни. Експертите ни имат възможност да участват в целия работен процес – от генерирането на идеи до подготовката на крайния продукт. Така успяваме да запазим фокуса – винаги да предлагаме най-доброто забавление.

Дигитализацията и нейните „подводни камъни“: Дигитализацията безспорно помага на хората, но не ги замества. Не трябва да забравяме, че всеки процес по дигитализация трябва да е контролиран и целенасочен, защото системите може както да са наш помощник, така и са в състояние да попречат на развитието ни, ако не са правилно управлявани.

Нови ниши се откриват, когато не спиращ да търсиш възможности. Като технологична компания не се затваряме в зоната си на комфорт и търсим начини винаги да бъдем част от промените в технологиите, а не техен страничен наблюдател. 📌

Фирмен профил

Еuro Games Technology е основана през 2002 г. в София и в рамките на няколко години се утвърждава като лидер в България. А 20 години по-късно е сред водещите играчи на международния пазар за израчни казино съоръжения. Технологичната компания има присъствие в над 100 държави по света и е специализирана в разработването, производството и дистрибуцията на хардуерни и софтуерни решения за гейминг индустрията. Те включват всичко – от слот машини, аксесоари и гейм миксове до системи за казино управление, в това число и техническа поддръжка.

ТЕКУЩЕСТВОТО НА КАДРИ Е НИСКО

само когато хората се развиват заедно с бизнеса и чувстват, че личните им ценности се застъпват с тези на компанията

Туризмът и неговото
ново място под

СЛЪНЦЕТО



ВЕЧЕ ТРЕТА ПОРЕДНА ГОДИНА ТАЗИ ИНДУСТРИЯ Е ПОДЛОЖЕНА НА ГОЛЕМИ ИЗПИТАНИЯ, НО БИЗНЕСЪТ СЕ ГОТВИ ЗА СИЛЕН ЛЕТЕН СЕЗОН

Където има война, няма туризъм – е старо правило. Първо две години в пандемията водихме война с невидим противник. Сега и конфликтът в Украйна хвърля дълга сянка. Така вече трета година тази индустрия „боледува“, но въпреки многото трудности бизнесът работи за по-силен летен сезон в сравнение с предходните два. Обичайният проблем с

кадрите

се задълбочава. След като две години хотели и ресторанти бяха в режим „Грънци-спри“, много от хората се преориентираха към нещо друго. „Демографската криза е голяма, няма обучени кадри, липсват и желаещи да бъдат обучени. Това е най-големият „мазол“ на нашата индустрия“, обобщава Веселин Налбантов, зам.-председател на Българската хотелска и ресторантьорска асоциация и собственик на хотелски комплекс „Колизеум“ в Слънчев бряг. Инфлацията стана фактор, който помрачава очакванията за по-светло туристическо лято. И въпреки всичко бизнесът е в трескава подготовка за сезон „без маски и зелени сертификати“. Туризмът очаква от държавата

по-активна подкрепа

- например за рекламата на отворената за ваканции България.

„Направихме огромна база и продължаваме да се развиваме на инат. Ние, хотелерите, сме си купили работа и се тру-

дим геноночно“, посочва Налбантов. Освен към изпитанията, на които е подложен целият туристически бизнес, той насочва фокуса към Слънчев бряг: „Курортът има много проблеми и голяма част от тях се дължат на това, че по статут той остава държавно предприятие. Обектите „на час по лъжичка“ бяха разпродадени през годините, последва неустов строеж. Сега комплексът тъне в зле организиран хаос. Крайно време е държавата да разчисти тези авгиеви обори. През лятото броят на гостите и летовниците в курорта достига до около 500 хил., наред с постоянно живеещите. Слънчев бряг е към община Несебър, която не инвестира активно в него.

Ситуацията

е абсурдна, тук дори няма улици и номера. Държавата трябва да разреши този сложен казус със собствеността и управлението, както се уреди въпросът с пречиствателните станции и сега морето е чисто. Подобни са проблемите и на Златни пясъци“. Хотелиерите отчитат, че летният сезон в последните години се е свил и вече е от юни до средата на септември. Те си дават сметка, че стихийно се построиха много хотели, предлагането изпреварва търсенето и затова България се нареди сред евтините туристически дестинации.

Свърши ли войната, летният сезон ще е силен, защото хората вече жадуват да отидат на почивка, казват от бранша. Туристите обаче все по-внимателно избират своята ваканция.



В Албена ви очаква петзвездна ваканция

**ВСИЧКИ ПРОБЛЕМИ
НАМИРАТ РЕШЕНИЕ
И ТУРИСТИТЕ СЕ
РАДВАТ НА ПРИЯТНИ
ПРЕЖИВЯВАНИЯ И
АКТИВЕН ОТДИХ**

Лятото е пред нас, курортът Албена предлага мечтаната от всеки ваканция. Подарете си петзвезден разкош на морския бряг...

Туристите едва ли е нужно да знаят за трудностите, които преодоляваме в името на тяхната спокойна почивка в нашия курорт. Всички усещаме влиянието на войната – чрез увеличаването на разходите и инфлацията. Туризмът е индустрия, особено чувствителна към подобни фактори. Записванията вървяха с добър темп на фона на двете години пандемия, но щом конфликтът в Украйна се разгоря, веднага се почувства стагнация. Последва забавяне в резервациите за новия сезон от западноевропейските пазари, но почти няма анулиции. Организирахме инфотурове и търсим подкрепа и от Министерството на туризма, с които целим да покажем



Маргита Тодорова, търговски директор на Албена АД

възможностите за пълноценна почивка, както и възможностите на региона. Насочваме комуникацията към българския и румънския пазар. Германският е структуроопределящ за нас, затова през тази година ангажирахме две водещи маркетинг и ПР компании в Германия и Австрия, с които разработихме и вече прилагаме иновативни решения за утвърждаването на марката Албена. Работим активно на белгийския и френския пазар, скандинавските ни партньори възобновиха програмата и се очертава възстановяване на обемите от 2019 г.

Албена представя

разнообразен продукт

Имаме от 3 до 5-звездни хотели и предлагаме чудесна възможност за почивка на семейства с деца, на приятели, своята



привлекателност има и балнеолечението. Микроклиматът е специален. Разполагаме с три минерални водоизточника и държим тяхната концесия, водата се използва в откритите и закритите басейни. Подходяща е за лечението на опорно-двигателната система, периферната нервна система и някои кожни заболявания. Хотелите в Албена разполагат общо с над 3000 кв. м слънчеви панели за генериране на гореща вода.

Албена е

зелен курорт

и продължаваме да развиваме нашата зелена мисия. Ограничили сме транспорта и използваме електрически превозни средства във ваканционното селище. Повече от половината от плодородите и зеленчуците, които предлагаме, а и от месото, са собствено производство – на фирма „Екоагро“, която е част от групата Албена. Произвеждаме вино и ракия под бранда „Гераня“, които се предлагат в олинкловивните ни обекти и в нашата търговска мрежа.

С възможностите, които предлага Flamingo Grand Hotel & Spa 5*, заедно с нашата болница за рехабилитация, свързани с топла връзка, в Албена целогодишно има различни форми на ваканция. Тази болница разполага с около 120 легла и работи дори през зимата. Използват се ценни природни ресурси като лековита минерална вода, лечебна лиманна кал, мед, вощък, етерични масла, екстракти от охлюви, както и други натурални продукти.

На мястото на два от старите хотели изградихме новия петзвезден Maritim Hotel Paradise Blue, а през тази година ще





открием и първия тематичен хотел Amelia, посветен на първата жена пилот Амелия Еърхарт. Започнахме изграждането му преди пандемията и през юни той официално отваря врати. През тази година курортът ще разполага с три петзвездни хотела. В перспектива ще строим нови с четири и пет звезди, тъй като все повече се налага търсенето на

комфортно настаняване

За да отговорим на очакванията за природосъобразна почивка и зелена ваканция, ще реконструираме нашия къмпинг, който ще е с 4 звезди. Той е сред приятна горска атмосфера в близост до резерват Балтата.

Албена расте, но не като ледола база. Курортът предлага все по-голям лукс, простор, въздух, зеленина. Плажът не се пренаселва. Развитието върви в посока подобряване и усъвършенстване на продукта, въвеждане на нови форми. Активната ваканция също е във фокуса ни. Много са възможностите за спорт в курорта и вече три години сме Европейски курорт на спорта. Домакини сме на състезания и турнири в повече от 40 вида спорт. Всеки от почиващите под ръководството на аниматор може да упражнява желаната от него активност на различните площадки в комплекса. Създали сме отлични условия и който иска да направи нещо повече за своето здраве, може да се възползва.

На база на търсенето, което установяваме с нашите регулярни проучвания, се

стремим да отговорим на настроенията на гостите. Постоянно правим

подобрения

в продукта. Концертите на открито, които са напълно безплатни, също имат притегателна сила.

„Албена“ АД е голямо дружество и както повечето компании в страната, срещаме трудност в намирането и задръжането на кадрите. Липсват хора в об-



служването, в кухнята. Програмата 60:40 ни позволи да запазим ядрото от нашите работници, служители и мениджъри. Но са необходими и множество изпълнители. Набираме кадри и работим с много чужденци - например от Украйна, Киргизстан, Турция, като техният брой достига до 1000 души. Имаме обмен по студентски програми и се получава многообразие от хора, като в най-активния сезон персона-

лът достига до 3 хил. човека, а през зимата сме около 300.

Трудностите не са малко. Публикациите, че Черно море е неспокойно или замърсено, всяват тревога. Липсата на туристическа кампания на „Дестинация България“ също влияе на интереса към страната. Няма активни действия, които да облекчат или да подпомогнат усилията ни в този най-засегнат от пандемията сектор. Пред нас са много предизвикателства, с които трябва да се справим. Проблем ще е, ако правителството спре Програмата 60:40. И при всичко това

предимствата

на Албена са много: Само за два часа туристите от Западна Европа стигат до Варна. Зеленина и свеж въздух, комфорт и вкусна храна са другата притегателна сила. Сигурността в курорта е гарантирана. Многообразието от хотели, широката палитра от възможности за отдих, забавления и спорт, както и добре поддържаната инфраструктура - безспорно са притегателна сила. Екскурзиите в района, които организираме, дават възможност на туристите да се запознаят с някои от забележителностите и културно-историческото наследство.

Плажът е безкраен. Въздухът е чист. Затова и нашето мото е „Красива по природа“. Заповядайте в курорта Албена и ще се убедите в качествата на нашето екоориентирано предлагане. При нас е интересно да се работи, затова и преживяването на туристите тук е толкова приятно. ☺



ЕХО

от кризите



В ТУРБУЛЕНЦИЯТА
НА ТРУДНОСТИ И
ТРАНСФОРМАЦИИ
БИЗНЕСЪТ ДЪРЖИ ПУЛС НА
КОНТАКТА С ПАЗАРА

✍ **Георги Георгиев**

Живеем в турбулентно време на трансформации. Кризите се превърнаха в новото нормално. Чувствителността на хората към всяка информация, която достига до тях, се изостри. И вместо затишие след двете години, прекарани в пандемия, ни връхлетяха нови изпитания заради войната в Украйна.

СИЛВА ТОРЛОВА, собственик на маркетинг Бърза адаптация и активен

МЪЛЧАНИЕТО МОЖЕ
ДА СЕ СМЕТНЕ ЗА
ПРИЕМАНЕ
НА СТАТУКВОТО

Хората са притеснени, че от кризата с COVID рязко преминахме във война, съвсем близо до България. Надявахме се светът да поеме глътка въздух и икономиката да се нормализира. Но в глобален план ситуацията се усложнява и това рефлектира върху нашата работа и комуникациите, които водим за клиентите си. Много компании заеха ясна позиция на неодобрение и временно

преустановиха дейността си в Русия. Същевременно те трябва да не спират да работят ефективно и да нямат сериозни загуби. Това е трудна, почти непосилна задача, като имаме предвид мащаба на руския пазар. Ролята на комуникацията сега е критична, тъй като мълчанието може да се сметне за приемане на статуквото.

Важно е фирмите да продължат ак-



ИВАЙЛО ВЕЛКОВ, управляващ партньор на Ideas България: Своевременна корекция в плановете

**ТРЕНИНГЪТ ОТ
ПОСЛЕДНИТЕ
ДВЕ ГОДИНИ
СПОМОГНА ВЕДНАГА ДА СЕ
ПРЕНАСТРОИ ГОВОРЕНЕТО
НА БРАНДОВЕТЕ**

Тъкмо започна да се вижда светлина в тунела на COVID кризата и още преди да си поемем въздух, светът бе разтърсен от военната операция в Украйна. Войната стана факт и това наложи

спешна пренастройка

на дневния ред на човечеството, а и на бизнеса. Редица инвестиционни плановете на глобално ниво бяха замразени, други бяха отложени или насочени към различни пазари. Тази промяна на дневния ред не подмина и комуникациите на бизнеса. Тренингът от последните две години работа в условията на криза, особено в началото на пандемията, спомогна много бързо да се пренастрои говоренето на брандовете, да се промени комуникационното с различните им аудитории, така че да са адекватни на ситуацията, а и на очакванията на потребителите. Много компании, които оперираха на руския пазар, се наложи да се изтеглят или да преосмислят работата си в тази страна. Редица мултинационални брандове трябваше бързо да комуникират с обществеността, че мисията и ценностите им категорично



осъждат случващото се

Те разбиха отлично, че всяко забавяне на конкретните действия, разграничаващи компанията от войната, би предизвикало сериозни репутационни кризи и огромни финансови загуби. Свидетели сме на много кампании в социалните мрежи, насочени срещу конкретни брандове, които или не дадоха ясно послание, осъждащо случващото се, или действията им бяха разчетени като недостатъчно категорични, дори лицемерни. Обществото не приема пасивност от страна на брандовете по определени теми, които са дефинирани като важни за съвременния човек. А за новото поколение мисията и ценностите на даден бранд предопределят потребителското му поведение. Всичко това играе съществена роля при промяната на комуникацията и на посланията на брандовете.

Глобалното ехо от войната наложи корекции в комуникационните плановете на компанията у нас. Някои спряха планираните рекламни кампании, други отложиха свои събития. Много бизнеси се включиха в различни инициативи в подкрепа на Украйна и на бежанците от войната. И това е най-естественото, което брандовете може да направят в такава ситуация.

Работещите в сферата на ПР комуникацията и рекламата свикнаха да реагират бързо на динамиката, която прелива от една трудност в друга.

Как се промениха комуникациите на компанията по време на войната и създадите се кризи? Как се променят нагласите на онези, които рекламират и търсят контакт с пазара? Настъпи ли промяна в техните послания? Как новата ситуация се отразява на корпоративната социална ангажираност? Търсим отговор на тези въпроси и вече имаме гледната точка на ръководителите на няколко от водещите комуникационни агенции. Ето какво казват те...

агенция Smarkethink: контакт с пазара

тивния си контакт с пазара, да адаптират комуникационните си стратегии и да изпращат послания със съпричастност към случващото се. Това зависи от естеството на бизнеса, разбира се. Ние не забелязваме съществена промяна в начина и честотата на рекламата на нашите клиенти.

Наблюдаваме прекрасни примери за социална ангажираност в зависимост

от индустрията: Световният уебсайт Airbnb отстрани таксите за резервации, направени от Украйна, и си сътрудничи с нейните съседи за настаняване на бежанците. Редица компании у нас се включиха в инициативи според възможностите си.

Чрез ефективна комуникация бизнесът може адекватно да подкрепи нуждаещите се и да вдъхнови.

• КОМУНИКАЦИЯ •



ОСТАВАМЕ БЛИЗО
ДО КЛИЕНТИТЕ
СИ И СМЕ
НА РАЗПОЛОЖЕНИЕ
ДА ДАДЕМ СЪВЕТ И
ИНФОРМАЦИЯ ПО
ВСЯКО ВРЕМЕ

МАРИЯ ГРАШНОВА, изпълнителен директор на dentsu за Югоизточна Европа:

Залагаме на прагматичност

Толстой казва, че всички щастливи семейства си приличат, всяко семейство е нещастно по своему. Забелявам обаче, че когато по време на криза всички се обединяваме в нещастие, сходствата в начина на комуникация не са малко. Много са приликите между комуникационния подход във военната криза и този, който повечето компании възприеха по време на пандемията.

Първото и най-съществено

при нас беше да се уверим, че всеки един от хората в нашите екипи е добре и да им гарантираме, че имат моралната и физическата подкрепа на компанията. Вторият приоритет в комуникацията ни, както и на всеки един бизнес, бяха клиентите. Останахме близо до тях и бяхме на разположение да дадем съвет и информация по всяко време. Продължаваме да го правим.

Времето е от изключително значение. Нуждата от съвет винаги е най-голяма в началото на всяка криза. Първият - изчерпателна комуникация с конкретни препоръки за комуникационния подход, който клиентите ни да възприемат, успяхме да изпратим още в първите 24 часа на военната криза. После ежедневно започнахме да правим

оценка на риска

с която нашите екипи да разполагат и да могат да използват в комуникацията с клиентите ни. В този вид комуникация е важна нейната прагматичност. Това е една от основните промени в комуникационния подход при криза. Клиентите се нуждаят от конкретен съвет какво да правят, има ли нужда от промяна в комуникацията с потребителите, трябва ли да спрат кампания, да инвестират ли допълнително.

За разлика от други пазари, териториално по-близки до Украйна, при нас не беше голям броят на клиентите, които реагираха по съществен начин. Някои предпочетоха да отложат кампаниите си с няколко седмици, а други промениха тона на своите съобщения. И само няколко бранда имаха необходимост да намалят емоционалния заряд на своите послания и да възприемат по-неутрален тон. В началото на военната криза посъветвахме някои от брандовете да преформатират маркетинговите си кампании

в социалните медии

и да отложат част от планираните си активности. Защото никой не може да повлияе на мястото, където се появява едно съобщение в социалните медии, и е



въпрос на оценка на риска за дадена кампания дали нейните рекламни послания биха се повлияли от близостта до статия за военен конфликт, както би могло да се случи.

Първите три седмици показаха, че бизнесът е силно ангажиран и може да реагира бързо и адекватно на военната ситуация. Бяха създадени фондове за подпомагане и на хората в Украйна, и на бежанската вълна, много бизнеси създадоха доброволчески групи. Доста компании от нашия регион, включително dentsu, заеха активна позиция, като помогнаха на своите екипи или на украински бежанци да излязат от военната зона и да се настаният в безопасност в съседни страни. Така бизнес общността се обедини и не просто зае позиция, а я издигна в човешка отговорност да реагираме в правилния момент.

КАТЯ ДИМИТРОВА, съосновател и управляващ партньор на Interpartners Group:

Бизнесът не просто говори, а действа

Войната е пореден безпрецедентен фактор за съвременните комуникации. И - както и пандемията, още в първите дни след избухването си обърна тона на посланията в посока съчувствие, подкрепа, практически жестове на помощ, дарителство. Добрата новина е, че бизнесът не просто говори, а действа - редица компании организираха парични дарения, купиха продукти и се включиха с доброволци. Намериха се

оригинални начини

на събиране на средства, креативни подходи, нови продукти или услуги, брандирани в цветовете на Украйна, средствата от чиято продажба отиваха за подкрепа. Бизнесът реагира бързо, адекватно и истински - и комуникациите отразиха това.

Основните промени са в брандинг, нови продукти и услуги или брандиране на съществуващи с цветовете на подкрепата към Украйна. В посланията и механизмите - с изключение на цитира-

ното - няма генерална промяна и за това има причина. Тя е, че механизмите на функциониране на пазара у нас не са засегнати и не са се променили в резултат на войната.

Временните промени

в брандинг и продукти имат за цел да отразят ангажираността на компаниите с каузата, но и да отговорят емоционално на настройката на потребителите, а те оценяват по достойнство отговорното поведение на предпочитаните от тях компании или продукти. Проучвания показват, че продукт или компания, ангажирани с актуална кауза, може да увеличат търговските си резултати с до 30%.

Новата ситуация засили

социалната ангажираност

на бизнеса. И това е без значение от неговите мащаби - тенденцията в CSR политиките през последните години показва, че и малки, и средни бизнеси про-



КОМПАНИИТЕ РЕАГИРАХА БЪРЗО, АДЕКВАТНО И ИСТИНСКИ И КОМУНИКАЦИТЕ ОТРАЗИХА ТОВА

явяват не по-малка ангажираност от големите. В случая се ангажираха компании, хора с човешкото си лице, но и ръководители на фирми - предоставяйки подслон, работа - и това добавя стойност към личността, но и към корпоративния образ. ①





НЕОХИМ

и силата на растежа

СИНОВАТИВЕН ПОДХОД
И МНОГО РАБОТА
ТОРОВИЯТ ЗАВОД В
ДИМИТРОВГРАД УСПЯВА И В
УСЛОВИЯТА НА ПРОМЕНЛИВА
ИКОНОМИЧЕСКА
ОБСТАНОВКА

✍ **Георги Георгиев**

Единственият в България и на Балканите химически завод, който произвежда не само амониев нитрат, но и суровината за него - амоняк - „Неохим“ АД отскоро е с нова корпоративна система на управление. В края на миналата

година компанията премина от едностепенна към двустепенна система на управление, при която дружеството се управлява от Управителен съвет. Представяме състава на новото ръководство - доказани професионалисти, които са готови да отстояват позициите си и да развиват торовата индустрия в България.



Стефан ДИМИТРОВ

е председател на Управителния съвет и изпълнителен директор на „Неохим“ АД. Той е икономист. Завършил е висше образование със специалности „Икономическа информатика“ и „Счетоводство и контрол“ в Икономическия университет във Варна. А по-късно и „Икономика и управление на европейското земеделие“ в Аграрния университет в Пловдив, където е и председател на Съвета на настоятелите. Специализирал е „Минерални торове“ в ХТМУ - София.

В „Неохим“ АД работи от 2002 г. Преди да бъде избран и овластен за поста изпълнителен директор, той бе прокурор на компанията. Стефан Димитров е кмет на община Димитровград в периода 2007-2011 година. По-късно е и председател на Общинския съвет. Стефан Димитров е бил председател и на Съвета на директорите на „Евро Ферм“ АД - една от водещите компании за търговия с минерални торове в България. Той е и регионален председател на КРИБ - Хасково.



Инж. Мирослав ДИМИТРОВ

е изпълнителен директор на „Неохим“ АД. Придобива висше образование в Техническият университет в София със специалност „Инженер телекомуникация“. Започва работа в „Неохим“ АД през 2008 г. като специалист по проекти и корпоративна сигурност. По-късно оглавява дирекциите „Секретариат“, „Ресурсно и информационно обслужване“ и „Производство и поддръжка“. Днес е изпълнителен директор. Благодарение на новаторския му подход, в компанията са въведени редица иновации – интелигентна система за планиране на работните процеси и услуги, GPS-система и уеб-базирана система за отчитане. Така компанията постига подобряване на контрола и дисциплината, на отчетността и понижаването на някои разходи. Под негово ръководство са усъвършенствани системите за управление на документи, създадени са нови ИТ системи и са оптимизирани редица процеси.

Мирослав Димитров представлява „Неохим“ АД като заместник-председател в Управителния съвет на Българската федерация на индустриалните енергийни консуматори (БФИЕК). Договаря и осигурява координацията по едни от първите в страната алтернативни доставки на природен газ за индустриален потребител.

Катя ГОСПОДИНОВА

е заместник-председател на Управителния съвет на „Неохим“. На нея е поверено ръководството на правното направление на дружеството. Тя е юрист по професия, а образованието си придобива в Икономическия университет във Варна. Започва кариерата си като съдебен кандидат. По-късно става юриконсулт в „Неохим“, а след това и главен юриконсулт. Заемала е ръководни позиции в дружества, извършващи консултантска, инженерингова и търговска дейност. Има изразени интереси и задълбочени познания в корпоративното, търговското, финансовото, международното частно право. Специалист в области като нормативна уредба на публичните дружества и публично предлагане на ценни книжа, акцизи, енергийно право и договаряне на електро- и газови доставки. Притежава и магистърска степен по „Финанси“ от Великотърновския университет „Св. св. Кирил и Методий“. Заедно с инж. Мирослав Димитров участва в договарянето и осъществяването на едни от първите диверсифицирани доставки на природен газ за индустриален потребител в страната и съдейства за либерализирането на пазара на природен газ.



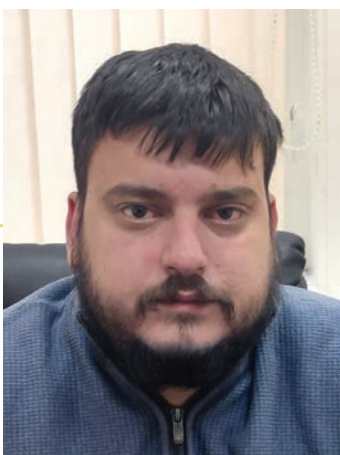
Стефан ГРЪНЧАРОВ

е от младите експертни попълнения в състава на Управителния съвет на „Неохим“ АД. Завършил е магистратура „Счетоводство и контрол“ в УНСС – София и курс за професионална квалификация по специалност „Технолог производство на минерални торове, киселини и соли“. Доказал се е през годините, като е преминал през различни ниши в йерархията на компанията. Започва работа в дружеството през 2003 г. като специалист по продажби. През 2008 г. оглавява дирекция „Маркетинг, стратегическо развитие и нови пазари“. Днес е и директор „Маркетинг, анализ и контролинг“. Участвал е в разработването на редица проекти във връзка с оптимизацията на производствените мощности на торовия производител и по отношение намаляването на въглеродните емисии.



Станислав ЖЕЛЯЗКОВ

е най-младият член на Управителния съвет на компанията. Средното си образование придобива в престижната American English Academy в София. По-късно завършва „Бизнес администрация“ в City University of Seattle, Словакия, където преминава и през редица допълнителни курсове, сред които „Функции на управлението“, „Международна икономика“ и др. Притежава и IGCSE диплома от Verdala International School – Малма. В „Неохим“ АД започва работа през 2010 г. като стажант и от 2017 г. е заместник-ръководител „Продажби“.



На Управителния съвет на „Неохим“ АД е възложена успешната реализация на годишния планов ремонт на производствените мощности, който традиционно се извършва през летните месеци на годината. Въпреки напрегнатата обстановка предвид военните действия между Русия и Украйна, които затрудняват международните търговски отношения, ръководството на компанията има оптимистични нагласи за успешно извършване на планираните ремонтни дейности. Като се има предвид експертността и опита на състава на Управителния съвет, няма как да се съмняваме в оцеляването на компанията и в успешното развитие на торовата индустрия в Южна България, както и в осигуряването на азотни торове за българските земеделски производители. 🌱

INSAIT

или как мечтата става реалност

ПРОФ. МАРТИН ВЕЧЕВ
Е АРХИТЕКТ И ДВИГАТЕЛ НА ИДЕЯТА В СОФИЯ ДА СЕ РАЗВИЕ ИНСТИТУТ ЗА КОМПЮТЪРНИ НАУКИ, ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ И ТЕХНОЛОГИИ

✍ **Георги Георгиев**

Харесвам мечтите за бъдещето повече от историите за миналото, казва Томас Джеферсън. И когато научим за мечтата на един българин преди 20 години и видим как тя вече се осъществява, ще разберем защо е добре да мечтаем повече...

Преди 20 години Мартин Вечев кандидатства за докторантура в Кеймбридж. Тогава на празната бланка, която попълва, трябва да напише какво иска да постигне в следващите 20-30 години. И той описва мечтата си – да създаде в България изследователски център в областта на компютърните науки, конкурентен на най-известните световни университети.

Първата стъпка

И гоиде моментът тази мечта да започне да се превръща в реалност – началото бе дадено на 11 април 2022 г. на специално събитие в НДК, определено като „най-значимото за България в XXI век“, „безпрецедентно, променящо играта“, „историческо за страната и целия регион“. Така първият в Из-

точна Европа Институт за компютърни науки, изкуствен интелект и технологии (INSAIT) беше тържествено открит. Негов архитект и идеолог е проф. Мартин Вечев. Институтът е част от структурата на СУ „Св. Климент Охридски“. Създаден е в партньорство с двата най-големи технологични университета на Швейцария – Федералният технологичен институт в Цюрих (ETH Zurich) и Политехническият университет в Лозана (EPFL).

Финансиране

INSAIT е разположен в „София Тех Парк“, а негов изпълнителен директор е инж. Борислав Петров, технологичен предприемач, развил успешна кариера в Германия и Швейцария и завърнал се в България. Проектът е обещаващ за България – и като научен потенциал, и като привличане на инвестиции. INSAIT ще бъде финансиран от българската държава с близо 170 млн. лв. за период от 10 години. Водещите технологични компании Google, DeepMind и Amazon Web Services за първи път подпомагат подобен проект в региона с над 12 млн. лв. Google и DeepMind финансират INSAIT с близо 6 млн. лв. през следващите три години, а Amazon Web Services ще окаже подкрепа със 7 млн. лв. Българският технологичен сектор също не остава встрани от голямата инициатива. Институтът получава 12 млн. лв. от SiteGround, един от лидерите на международния уеб хостинг пазар със седалище в България, и 1,3 млн. лв. от други технологични предприемачи и инвеститори.

Съзвездие от учени

Работата по осъществяването на голямата идея е била особено активна през последните три години. Проф. Вечев и екипът му са контактували с четири правителства, докато се стигне до голямото събитие тази пролет. В откриването участваха Джеф Дийн, директор на Google AI; лезенгарният проф. Дан Шехтман, носител на Нобелова награда по химия от 2011 г.; проф. Шафи Голдвасер, удостоена с наградата „Тюринг“.

Именити учени от водещи университети в света се включват в Надзорния съвет и в Консул-

Израстването на таланта

Професор Мартин Вечев е сред водещите учени в света на компютърните науки и изкуствения интелект. Той ръководи Лабораторията за сигурни, надеждни и интелигентни системи на ETH Zurich. Част е от екипа, който през 2020 г. разработи първия език за програмиране за квантови компютри на високо ниво – Siq.

Роден е в София. Майка му Анна Леви е музикант, била е преподавател по пиано в Консерваторията. Като малък свири на пиано и чело и това продължава до VI клас, когато се насочва към точните науки. Учи в Софийската математическа гимназия, след което компютърни науки в Simon Fraser University в Канада и докторантура в Кеймбридж. За изключителен принос в областта на програмните езици става носител на наградата за млад изследовател „Робин Милнър“, която се връчва от ACM (Асоциация за изчислителни машини). Печели приза SACM Research Highlight и други награди, сред които е IBM Research Division Award. През 2009 г. получава наградата „Джон Атанасов“ за постижения в областта на компютърните и информационните технологии.

Проф. Мартин Вечев е единственият българин, носител на две престижни награди на Европейския съвет за научни изследвания – през 2016 г. и през 2021 г. Той е не само учен, но и предприемач, създал три успешни дълбокотехнологични (deep-tech) стартапа – DeepCode и ChainSecurity, които вече имат нов притежател, през 2020 основава LatticeFlow, с фокус върху сигурността и безопасността на изкуствения интелект.



мативния борд на INSAIT: Грег Морисет (Cornell-Tech), Драгомир Рагев (Йейл), Даниела Рус (MIT), Том Хенцингер (IST Austria), Еран Яхав (Technion), Сръжан Чанкун (ETH), Джим Ларус (EPFL), Вирджиния Василевска Уилямс (MIT), Дженифър Рексфорд (Принстън), Андреас Краузе (ETH), Шафи Голдвасер (UC Berkeley, MIT), Слав Петров (Google).

Ключ към проекта

„След като българското правителство се съгласи да участва, вече беше по-лесно да се привлекат швейцарските топ технологични институти“, разказва проф. Вечев. Първо е било договорено сътрудничеството с ETH Zurich, където той работи от 2012 г. насам, а после и с EPFL в Лозана: „След това дойде и подкрепата на швейцарското правителство и така стъпка

по стъпка, тухличка по тухличка нещата се получиха. По-късно, когато вече имаме тези съставки, се присъединиха и големите технологични гиганти“.

Магнетичната сила

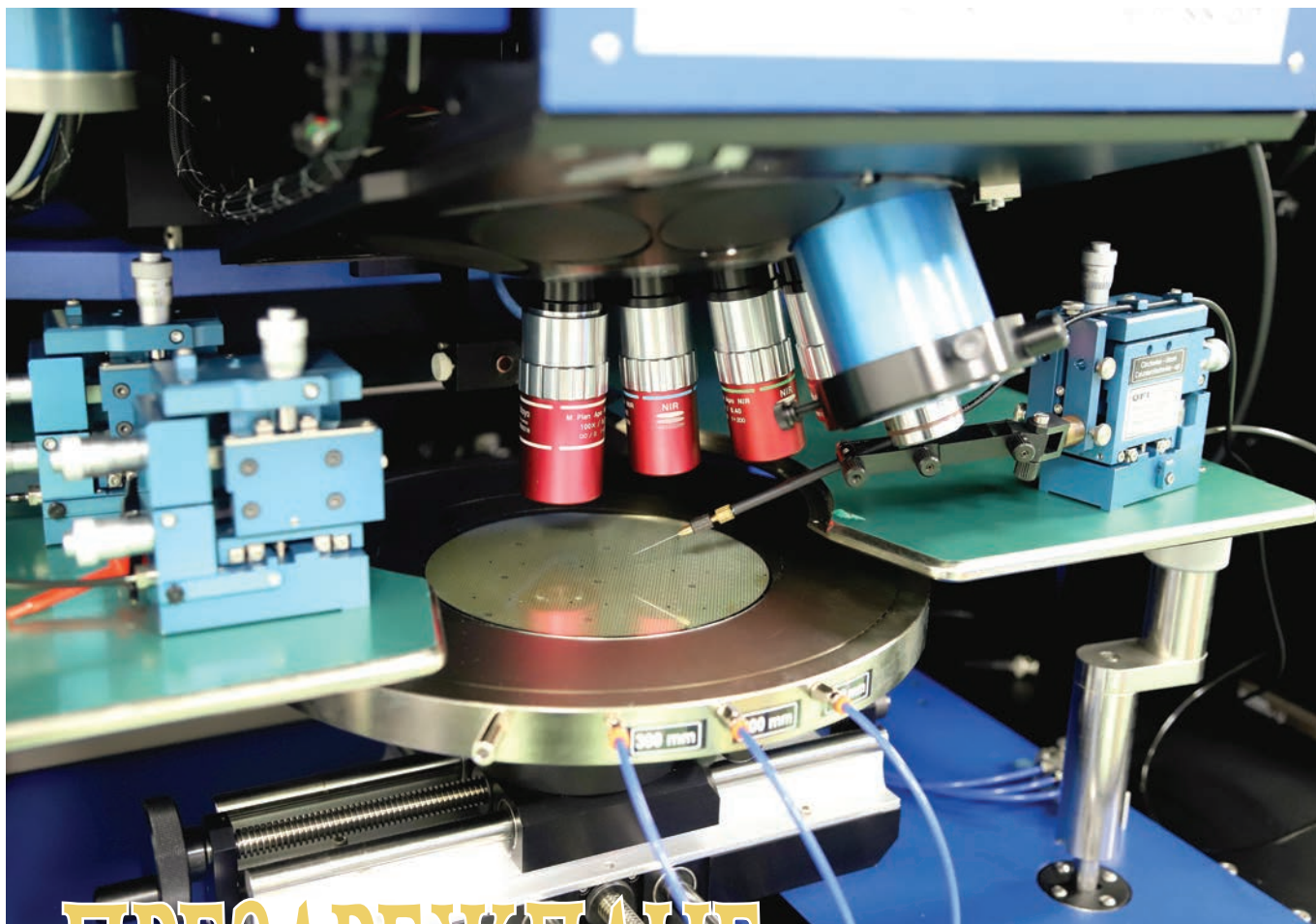
Защо точно сега, защо точно тук: „Има стотици детайли и връзки между тях - точно като един швейцарски часовник, и ако изпуснеш една настройка, часовникът вече не работи“. Амбицията на проф. Вечев е INSAIT да обучи следващото поколение визионери, висококвалифицирани изследователи и технологични лидери. Това ще насърчи най-добрите млади таланти да останат или да се върнат в страната, ще създаде повече възможности за работа в региона и ще осигури подходяща среда

за предприемачи, успешни технологични стартъпи и партньорства.

Двигател на промяната

Принципът, на който проф. Вечев залага, е „Хората, хората, хората - събери ги, създай им среда и те ще направят всичко“. Идеята така силно вдъхновява, че някои вече виждат в INSAIT успешен играч в шампионската лига по иновации и платформа за нобелови лауреати. С други думи, на INSAIT се възлага да се превърне в световна марка и да разкрие новата епоха в науката и технологиите.

Има личности, които са в състояние да променят бъдещето на една страна, но и хода на историята. С този заряд една голяма мечта започна да става реалност. Тук, в България. 🇵🇵



ПРЕЗАРЕЖДАНЕ на микро- и наноелектрониката в Европа

И БЕЗ ДА СЕ ПРИВЛЕЧЕ ПРОИЗВОДИТЕЛА НА ЧИПОВЕ В БЪЛГАРИЯ, СТРАНАТА МОЖЕ ПЪЛНОЦЕННО ДА СЕ ВКЛУЧИ В СЪПЪТСТВАЩИТЕ ПРОИЗВОДСТВОТО ДЕЙНОСТИ

Яна Колева

Европейският съюз има амбицията до 2030 г. да създава 20% от чиповете в света и плановете са да се инвестират над 42 млрд. евро за тази цел. Чиповете са в основата на повечето устройства. Всичко, свързано с интелигентност и изкуствен интелект, се реализира с чипове. Затова производството им е особено важно за редица отрасли. В последните години се натрупаха глобални причини за техния недостиг: нарушенията и прекъсванията във веригата на доставки заради пандемията, увеличеното търсене заради разширяващата се база,

която използва електроника... Индустрия 4.0 олицетворява дигиталната трансформация, свързана с изкуствен интелект и анализ на големи данни, и се осъществява благодарение на чиповете, обяснява проф. д-р инж. Георги Ангелов. Той е ръководител на катедра „Микроелектроника“ в Техническият университет – София, председател е на УС на Кълстера по микроелектроника и индустриални електронни системи и е ръководител на МикроНаноЛаб в София Тех Парк. Ето неговата гледна точка към производството на чипове и мястото, което може да има България при развитието на тази индустрия:

Търсенето на чипове продължава да расте и по тази причина водещите икономики в света предприеха мерки за насърчаване на производството им и свързаните с това дейности. Най-новите чипове са с минимален характерен размер 4 нанометра на интегрираните устройства, което е няколко хиляди пъти по-малко от размера на човешки косъм. В момента около 75% от чиповете се правят в Югоизточна Азия, като 90% от най-сложните модели се произвеждат в Тайван. Другите глобални локации са Северна Америка и Европа, която осигурява 10% от световното производство.

Европа поддържа водеща роля в редица аспекти на полупроводниковите технологии. Ключов процес в

производството на интегрални схеми

(чипове) е литографията, където световен лидер е холандската компания ASML.



както и за създаване на проектантски и изследователски центрове във Франция, Италия, Испания и Полша.

Заинтересованите страни в лицето на обучителни организации и изследователски структури имат синергия. Въпросът е какъв ще е

тактическият подход

за да се постигне нужният резултат. Бизнесът с чипове е глобален, с висока добавена стойност, производството е концентрирано на няколко места в света, а задоволява целия свят. Ключовото е да се награти системата от свързани дейности, които съпътстват или преждат производството.

Преди промените, настъпили в края на 1989 г., България имаше сериозно присъствие в микроелектрониката, но последва западане. А в тези области промените настъпват бързо, технологиите се обновяват на около 2 години. Поне пет са сега компаниите у нас, които работят изцяло в сферата на микроелектрониката, но има стотици фирми, индиректно свързани с производството и използването на чипове. Вече има утвърдена среда, която може да се разрасне, като се увеличат фирмите и дейностите, свързани с микроелектроника, които се извършват в България. Приоритетно за страната ни е развитие в областта на проектирането, разработването и тестването на технологии. Има редица такива успешни реализации.

Участието ни в Европейския закон за чиповете (EU Chips Act) едва ли ще е по

Водещи европейски компании, които произвеждат чипове, макар и не по най-новите технологии, са STMicroelectronics (Франция и Италия), Infineon (Германия), NXP Semiconductors (Нидерландия), Bosch (Германия). В Европа има развойни центрове за високи технологии на поне четири места - в Белгия, Франция, Ирландия, Германия. В някои от тях световните гиганти Intel (САЩ), Samsung (Корея), TSMC (Тайван), GlobalFoundries (САЩ), Renesas Electronics (Япония) правят част от своите разработки на предстоящите полупроводникови технологии. Първите три компании държат близо една трета от пазарния дял

на цялото световно производство на чипове, което годишно възлиза на над 550 млрд. долара.

Автомобилната индустрия е един от двигателите за развитието на електрониката и високите технологии. Автономното шофиране например изисква множество иновации, сензори, комуникации и бързи и мощни процесори. В последно време Европа, САЩ, Китай обявяват големи бюджети за насърчаване производството на чипове на своя територия. Intel има готовност да вложи 33 млрд. долара за изграждането на нова мегафабрика в Германия и разширяване на съществуващата фабрика в Ирландия,



Проф. д-р инж. Георги Ангелов с екипа си

© Красимир Сврякоб

• РАЗВИТИЕ •

начина, по който би ни се искало, но при правилна композиция на проекти

нашият потенциал може да се засили и развие

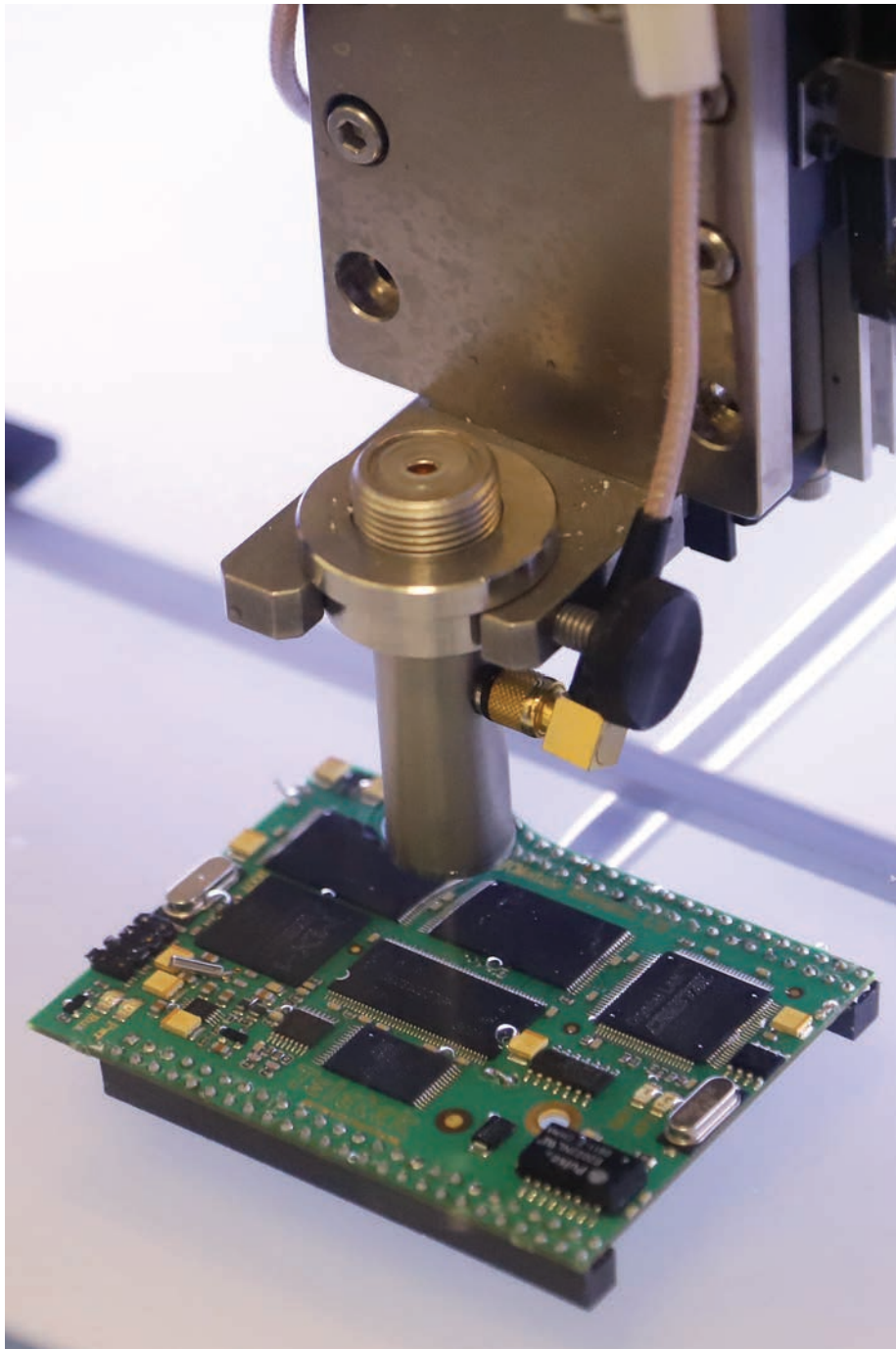
Една от областите е обучението на проектантите в сферата на интегралните схеми и там може да покажем сила. С други думи, имаме добър шанс да сме част от развитието. Привличането на водещ световен производител не е непосредствен приоритет. Но и без да се създаде местен производител на чипове, страната ни може пълноценно да се включи в съпътстващите производствено дейности. Добре е да се има предвид, че най-модерна „чиста стая“ за производство на чипове изисква огромна инвестиция от порядъка на 10 млрд. евро, а след това и поддръжката ѝ е изключително скъпа. Съществува и пазарен риск такава мащабна инвестиция впоследствие да се окаже необоснована. И сега има големи западни компании, аутсорснали у нас дейности, които не изискват наличието на най-модерни производствени мощности – например за автомобилната индустрия в близките години едва ли ще са необходими чипове с вътрешен размер под 20 нанометра.

С потенциала, който има, България може да се включи в проектирането на интегрални схеми; в разработването на технологии, нови материали и производства; в местването на устройства и технологии; може да намери място и в приложението на най-модерните квантови пресмятания; създадените центрове за върхови постижения и центрове за компетентност в областта на мехатрониката и чистите технологии може да съдействат за обучението и квалификацията в тези области с висока добавена стойност. За тези „меки“ мерки ЕС ще насочи над 5 млрд. евро по Европейския закон за чиповете. Но в опитите да се избегне неефективното изразходване на средства не бива да се създават допълнителни затруднения за хората със знания и умения за постигането на целта. Препоръчително е

фокусът да се насочи в по-голяма степен към резултатите


и да се облекчат съпътстващите ограничения. Тогава и мотивацията за специалистите ще е по-висока.

Електрониката продължава да е актуална и предстои нейното презареждане със съдържание. В България заинтересованата професионална общност е



на мнение, че трябва добре да се подредят приоритетите на нашата страна за участието в European Chips Act. То може да се разгледа като ускорител на развитието във високите технологии. Но преди всичко е необходимо да се направи SWOT анализ на състоянието и възможностите, за да може по правилен начин университетите да осигурят обучението, а изследователските институции и компанията да подпомагат индустриалното развитие. България има ресурс да се превърне в образовате-

лен хъб, който ще е необходим за индустриалното производство на чипове в Европа. Усилия може да се насочат и към привличането в страната на нови ключови играчи – например Intel.

В стремежа към разрастване на производството на чипове, от което технологичното развитие остро се нуждае, преоткриваме важните неща. Да използваме тази „засилка“ и да участваме активно в новия технологичен прогрес. София Тех Парк е място, което може да даде ускорение на процеса. 

 **efbet.com**  

НОВ **ОНЛАЙН**
КАЗИНО **БОНУС**

1500

ЛЕВА  





Социалният модел на „АУРУБИС БЪЛГАРИЯ“



Има компании със стратегическо присъствие в даден регион. „Аурубис България“ например е не просто добър работодател, а изпълнява и редица социални функции, с които подкрепя местното развитие. Ивайло Георгиев, ръководител Връзки с институциите, разказва как медодобивният завод е партньор на общностите в средногорските общини:

устойчиво развитие. С три от средногорските общини - Пирдоп, Златица и Антон, имаме

дългогодишни партньорски програми

по които осигуряваме целево финансиране с няколко приоритета. На първо място са образованието, здравеопазването и културата. Устойчивото развитие на една компания е в органична връзка с устойчивостта на региона, в който осъществява дейност. Работните места и бизнесът за местни доставчици е само една от проекциите на тази свързаност. Важно е да има добър демографски баланс, който зависи от общите условия за живот - детски градини и училища с подходящото ниво, условия за спортване, жива култура, клубове за възрастните. Чрез социалните ни проекти се опитваме да обхванем всичко това.

Ресурсите, които отделяме за региона, донякъде отиват за покриване на

дефицити в nereформирани системи

На територията на седем малки общини има четири гимназии и три професионални училища, които разпределят немного деца. Подпомагаме училищата в три от общините, като донякъде страничен ефект е разфокусиране на средствата и усилията. Заедно с другите две големи компании в региона - „Елаците-Мег“ и „Дънди Прешъс Металс - Челопеч“, и със седемте общини подкрепяме местната болница,

НАЙ-ГОЛЯМАТА КОМПАНИЯ СЛЕДВА ПОЛИТИКА НА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛНА ПОЛИТИКА, КОЯТО МОЖЕ ДА БЪДЕ ПРИЛАГАНА ОТ ПРЕДПРИЯТИЯ В РАЗЛИЧНИ СФЕРИ

„Аурубис България“ е най-големият работодател на територията на три средногорски общини - Пирдоп, Златица и Антон. През 50-те години на миналия век по време на бързата индустриализация на България там е създаден медодобивен комбинат, който при приватизацията попада в ръцете на

стратегически инвеститор

Сега това е най-големият индустриален данъкоплатец, с важен принос за БВП на страната. Пирдоп вече е в Топ 3 на общините в България с най-висок размер на средната работна заплата според изследване на Института за пазарна икономика.

Следваме основополагащите принципи на това, което доскоро бе схващано в рамките на корпоративната социална отговорност, а днес е в по-широкото разбиране за ESG - Environmental, Social and Governance. Затова социалните политики, насочени както към региона, така и на национално ниво, не са набор от каузи, а част от общото ни виждане за



СОЦИАЛНАТА ОТГОВОРНОСТ НЕ Е ИМИДЖОВ ИНСТРУМЕНТ.

При нас тя е част
от виждането ни за
устойчиво развитие.



Метохът в Златица

която по този начин няма натрупани задължения и не генерира оперативен дефицит. Болницата е общинска собственост, но в течение на времето изградихме отношения на взаимно доверие. Внимаваме за „тънката червена линия“ между частния спомоществател и публичните институции и спазваме принципа на равна отдалеченост. Партньорските ни програми са с общините, но средствата по тях се предоставят директно на крайните бенефициенти - училища и детски градини, читалища и клубове, здравни кабинети в селата.

През региона минава Подбалканският път, има добра свързаност и условия за развитие на културен, исторически и семеен туризъм. Но по инерционни причини софиянци през уикенда минават транзит

оттук. Затова част от проектите ни са насочени към

популяризиране на района

като добро място за отдих и туризъм. Когато някой спомене Златица, хората се сетят за приказката на Елин Пелин - „Трънал дядо за Златица, изгубил си ръкавица...“. Стъпвайки на това, изработваме програма за популяризирането на Златица като града на Дядовата ръкавичка. Създаден е сайт, осигурихме средства за ремонт на градската градина, който ще стане парк „Дядовата ръкавичка“, с идеята скоро тук да се провежда фестивал на детските приказки.

Организираме „Аурубис Велопоход Средногорие“ по маршрут в региона, така че хора от цялата страна да идват тук и после да се връщат със семействата си за

туризъм сред природата. Това е стимул да насочим усилия и към запазване на културно-историческото наследство. Осигурихме средства за възстановяване на Златишкия метох, който беше на път да се събори пог напора на времето, а е бил част от мрежата на Васил Левски и местният таен революционен комитет е създаден в него.

Всяко предприятие днес би следвало да се развива и

извън функциите на производител и работодагел

Устойчивостта е да се мисли с десетилетия напред. Произвеждаме мед - ресурс, без който е невъзможен преходът към нисковъглеродна икономика. Медта е в основата на високите технологии, на ВЕИ енергията, на е-мобилността и на свързаността. Отскоро започнахме и сами да произвеждаме електроенергия, като изградихме 10 MW фотоволтаичен парк. Предстои да изградим и други собствени възобновяеми мощности. Някъде встрани възниква „философският“ въпрос дали компания с друг предмет на дейност трябва да се занимава и с производство на електроенергия. Опитваме се да си партнираме с държавата за изработването на добри секторни политики и реформи, например в енергетиката.

Политиките за социална отговорност не би следвало да са имиджов инструмент. Такова разбиране е твърде погрешно. Средствата, които заделяме за партньорските програми, не са част от маркетинговия ни бюджет, защото не им е там мястото. Следваме модел, който може да бъде опростен до матрица, приложима от предприятията в разнообразни сфери. В тази матрица всеки може да вложи своята индивидуалност като компания, да се съобрази с местните особености, за да може да се развива устойчиво. ①



Аурубис
Велопоход
Средногорие



Пълна карьерна ПРОМЯНА

МЕКИТЕ УМЕНИЯ
И ЛИЧНОСТНИТЕ
ЦЕННОСТИ СА
ОСНОВАТА ЗА УСПЕШНА
ПРОФЕСИОНАЛНА
ТРАНСФОРМАЦИЯ ПО
ВРЕМЕ НА КРИЗА

✍ **Мая Цанева**

Професионалните трансформации, катализирани от ковид кризата, доказваха, че нищо не е завинаги. Меките умения, желанието да се учиш и развиваш постоянно, способността да управляваш рискове остават основни фактори за успеха на тези, които не се страхуват да скачат в дълбокото, въпреки неиз-

вестността.

Даниела Ламбова и Мая Марашлиян идват от корпоративния свят и започват собствен бизнес през 2020 г. Лили Георгиева, бивш HR, става карьерен консултант преди 7 години и през периода на ковид ограниченията работи по много професионални трансформации.

Ето какво казват трите дами за пълния завой в кариерата:

Лили Георгиева: Трансформацията започва отвътре навън

- Г-жо Георгиева, защо ковид годините предизвикаха и толкова сериозни промени в професионалните избори на много хора?

- Ковид дойде, за да „разчисти“ по не особено щадящ начин, включително и в професионален план. Имаше хора, които потърсиха промяна, защото буквално останаха без работа – на експертно ниво, както и на ниво среден мениджмънт. Това бяха 30% от клиентите ми от пролетта на 2020 г. докъм края на 2021 г. Останалите 70% бяха уважавани експерти с голям опит, мениджъри на екипи, хора в семеен бизнес, майки в майчинство, които искаха работа с по-голямо усещане за смисъл.

- Какво е нужно за качествена и устойчива кариерна промяна?

- Промяната изисква от няколко месеца до година, че и повече. Подготовката включва себепознание на ниво ценности, ключови качества, преносими умения, професионална експертиза, принос и работа с нагласи и ограничаващи убеждения. След това е време за генериране и валидиране на идеи за промяна, избор, подготовка и осъществяване - кандидатстване за работа, създаване на фриланс практика, на личен

бренд и групи. Оценяваме наличните ресурси, времеви, финансови, контакти и т.н., и създаваме план за действие.

- Кои са основите за стабилна и успешна трансформация?

- Да започнем отвътре навън. От: „Кой съм аз и как искам да се реализирам в работната роля?“ и чак след това: „А кои са възможните формати за реализация?“. Трансформацията ще бъде стабилна, дори и при следващи сътресения (както с войната в Украйна и последиците от нея), когато сме наясно, че носим всичко в себе си, и това остава неизменно, дори и да се налага да променяме „опаковките“ по-често.

Ценностите и универсалните меки умения ни свързват качествено с хората отстреща (стига да имаме допирни точки с тях), както и вярванията ни и неписаните принципи за това как работим и взаимодействаме. Много често имаме неизследван или недобре развит потенциал, който може да се вземе предвид при преминаване в ново поприще.

Имам разнообразни трансформации по време на ковид кризата. Юрист в голяма международна организация стана уважаван адвокат с частна практика. Съружник в



© Личен архив

Лили Георгиева е консултант по кариерна промяна и личен брандинг. Създател на методологията за кариерно развитие и промяна „Устрем“. Автор е на „От любов към себе си“ и „Започни начисто“.

голям семеен бизнес се превърна в успешен нутрициолог. Мениджър в банковия сектор стана собственик на къща за гости и творец.

- Вашият съвет към хората, които обмислят кариерна промяна?

- Ако имат възможност, да не правят рязка промяна. Да е обмислена, стратегическа, отвътре навън. Да се водят по вътрешните си потребности, не само по търсенето на пазара на труда. Да вярват, че промяната е възможна, въпреки кризата.

Мая Марашлиян: Основният фокус е върху продукта

- Г-жо Марашлиян, какво ви накара да направите кариерен завои?

- В някакъв момент реших, че мога да опитам да правя специален вид сладки, които липсват на българския пазар. Първата стъпка беше да се образовам в занаята с професионален курс по сладкарство с идеята: „да видим как ще се справя“. Правих сладкиши и торти за приятели и познати, после дойдоха поръчките от техни приятели и познати. През ноември 2020 г. се стигна до легализирането на бизнеса. Благодарности на семейството ми, което е основният инвеститор в това бизнес начинание.

- По какво двете ви поприща си приличат и се различават?

- В същността си си оставам изследовател, това няма как да се промени. Всичко, което е в основата на идеята ми за това начинание, дължа на основно-

то ми занимание през годините - познанията за потребителското поведение, наблюденията върху пазара. Приличат си и по това, че работя с хора, и дотук! От страната на бизнеса ми се фокусирам на първо място върху продукта и след това върху всичко останало, свързано с преживяването на потребителя.

- Какви предизвикателства срещате?

- Влязох в тотално непознат за мен сектор, с утвърдени водещи фигури с десетилетия опит. Знаех как точно да се отличим от останалите. Затова, отвъд финансовото планиране, което, разбира се, е много важно, основният фокус е и ще продължава да бъде върху продукта: работата с най-висок клас суровини, използването на разнообразие от сладкарски техники и най-вече вкусове, които клиентите ни търсят. ☺



© Кристиан Свраков

Мая Марашлиян напуска висок мениджърски пост в международна маркетинг компания, за да създаде собствена пекарна през 2020 г. Тя се насочва към тази бизнес ниша след няколко професионални курса по сладкарство.

Даниела Ламбова: Промяната носи удовлетворение

- Г-жо Ламбова, какво ви накара да направите този завой в професионалния ви път? Как се подготвихте професионално, финансово, емоционално?

- Близо 2 години преди това изпитвах умора от корпоративния свят. Усещах предизвикателство да се науча да печеля пари като бизнес, а не на заплата.

По време на ковид кризата целият свят се фокусира върху готвенето и блогът ми започна да се радва на повече успех. Всичко около мен се променяше и аз се настроих да променя и кариерата си. Бях започнала да спестявам пари за този момент, за да не съм в тежест на семейството си. То ме подкрепи, а на мен ми отне повече време, за да свикна с тази идея.

- Какво взехте от предишното си поприще в новото бизнес начинание?

- За всяко нещо изготвям маркетингови концепции - нещо, на което трябва да се учи. Но и сега планирането заема огромна част от работата ми. Преди

комуникирах постоянно с клиенти. Сега пак имам клиенти: брандове, ученици в моите курсове, аудиторията ми. Приемам много сериозно комуникацията с тях и се водя по правилата, които и преди съм следвала. В корпоративната работа открих колко ми харесва да създавам и провеждам обучения, които правя и сега. Липсва ми да ръководя големи екипи.

- Какви са положителните емоции, които тази промяна предизвиква?

- Удовлетвореността, че съм създал на нещо, което обогатява живота на хората. Също - намалени нива на стрес от работа, по-лесно комбиниране на задълженията ми на майка със служебните, възможност да се грижа по-добре за себе си.

- Усещате ли се вече стабилна на новото бизнес поприще?

- Когато се отказвах от корпоративната си работа, представата ми да съм стабилна беше до една година да мога да си позволя заплата, равна на тази, която получавах като мениджър. Това, разбира



© Иляна Василаркина

През 2020 г. Даниела Ламбова напуска работата си като мениджър в международна компания и става кулинарен блогър, фотограф и автор на курсове на пълн работен ден. Близо 6000 ученици от цял свят са преминали през онлайн обученията ѝ.

се, не се случи. Но въпреки това вярвам, че това, което правя, има бъдеще. Дори и в България може да има хора, които да печелят прилично от създаване на рецепти и снимки на храна, без да са топ инфлуенсъри. 🍷





ESG News

Is Your Business Ready
To Take Climate Action?

www.esgnews.bg

Environmental | Social | Governance | Ecology | Green

SILENCE

звукът на щастливите градове



Карлос Сомело – един от легендарните испански мотосъстезатели през 90-те години на XX век и едно от емблематичните лица на Рали Дакар, през 2011 г. основава компания, чиято цел е да създаде електрическо превозно средство на две колела, а брендът, под който започва тяхното налагане на пазара, е Silence.

„Започнах с моторите още много млад, първоначално като ендуро състезател, а когато навърших 18 години, стартирах и професионалната си кариера. Изучавах съм индустриално инженерство и съм участвал в осем издания на Рали Дакар“, разказва за себе си Карлос Сомело. Точно по време на едно от участията си на Рали Дакар той осъзнава стойността на времето и спокойствието, които произтичат от въздействието на абсолютната тишина в пустинята. Така се ражда идеята за електрическите скутери Silence.

През 2011 година започва същинската работа по създаване на първия модел - S01. Година по-късно продължава с проектиране, изследване и разработване на електрониката за S01. През същата година започва и разработването на модела S02 – електрически скутер, подходящ за градски доставки и споделена мобилност. И така до 2014 година, когато се появява първият прототип на модела S01 с първото по рода си алуминиево шаси и подвижна хранваща батерия, тип куфар на колелца, и официалното пускане на пазара на модела S02, насочен към бизнеса с градски доставки.

През 2016 г. Silence завършва годината с 57% дял от пазара в Испания на електрически скутери от категория L3E – мотоциклети с нулеви въглеродни емисии, затвърждавайки мястото си като марка еталон. Едни от най-големите клиенти на бранда са Correos España (испанските пощи) и градският съвет на Барселона. След това Silence започва да се разширява извън Испания.

ГЕОТРЕЙДИНГ“ АД Е ОФИЦИАЛЕН
ДИСТРИБУТОР НА ИСПАНСКИЯ
БРАНД ЕЛЕКТРИЧЕСКИ СКУТЕРИ



Карлос Сотело

Развитието продължава все така бързо. През 2017 г. в Барселона е открита новата фабрика за производство на скутерите Silence и батериите за тях. Тя има капацитет за производство на 10 000 скутера и 12 000 батерии годишно и всичко се произвежда „под един покрив“.

„Това е едно съществено предимство за Silence. Всичко е проектирано, разработено и произведено в Европа, и по-специално в Барселона, Испания. По този начин не се налага да се вземат решения от разстояние“, казва Карлос Сотело.

И така до 2019 г., когато се появява на пазара електрическият скутер, който всички са чакали – Silence S01 за лична употреба. Той има пробег до 149 км, в зависимост от модела и батерията, и ускорява до 50 км за 3,9 секунди. Характеризира се с изчистен и впечатляващ дизайн, багажно отделение за две каски, LED светлини, нулеви въглеродни емисии и гарантира вълнуващо преживяване и безшумно шофиране.

Една от основните характеристики и отличителни черти не само на модела S01, но на всички модели електрически скутери с марката Silence, е батерията. „Презареждането никога не е било полесно, тъй като подвижната батерия тип куфар на колелца дава възможност да бъде зареждана навсякъде – в дома, офиса и навсякъде, където има достъп до електричество. Това е

една от най-големите батерии на пазара с капацитет 5.6 kWh, което гарантира мощен двигател и максимален пробег с едно зареждане. Освен това, батерията може да бъде използвана за съхранение и доставка на енергия за други цели, например захранване за осветление, компютър, електрически уреди и навсякъде, където има нужда от енергия“, обяснява основателят на Silence.

Мобилната свързаност е друга основна характеристика и отличителна черта на превозните средства, създадени от Сотело. Електрическите скутери Silence могат да бъдат напълно контролирани през SIM базирано приложение, което е особено важно за бизнеса с доставки и споделяната мобилност. Приложението дава възможност за дистанционно стартиране на двигателя, отваряне на багажното отделение, проверка на статуса на

батерията и основни показатели като температура на превозното средство, данни за спестените въглеродни емисии и други важни характеристики. Освен това осигурява възможност за избор и следване на маршрут, ограничаване периметъра на движение и локализация.

Сред основните предимства са и разходите за поддръжка. Те са минимални, а разходът за зареждане на батерията е в пъти по-нисък, от този за гориво.

Днес електрическите скутери Silence се продават в 25 страни в света и имат повече от 110 точки за продажба. В Испания пазарният дял на марката в категория e-L3e е над 65% (по данни на Scutum Logistic за 2018, 2019, 2020), а в Европа – над 30% за същата категория. Ежегодно пазарът на електрически двуколесни превозни средства нараства с повече от 50%, по данни на ACEM (Европейска асоциация на производителите на мотоциклети), а целта на марката е до края на 2025 г. да постигне 5% от общия пазарен дял на двуколесните превозни средства, независимо дали са електрически, или с двигатели с вътрешно горене.

На българския пазар марката стъпва през юни 2021 г., като първата точка за продажба на скутерите Silence в България е в Многофункционален комплекс ProAuto, ул. „Околовръстен път“ № 459. Там може да бъде разгледана пълната гама на марката, като на разположение са и модели за пробно шофиране. Официалният дистрибутор на бранда за България е „Геотрейдинг“ АД.



„Геотрейдинг“ АД представи е-скутерите Silence на МОТО ЕКСПО 2022

„СПФ България“
популяризира
стрийт фитнеса



ШАМПИОНИ

на площадките за игра и спорт

БЪЛГАРСКИ КОМПАНИИ СА
СРЕД ГОЛЕМИТЕ СВЕТОВНИ
ПРОИЗВОДИТЕЛИ НА СЪОРЪЖЕНИЯТА

✍ **Мая Цанева**

Българската следа на международния пазар в производството и предлагането на съоръжения за площадки за игра, стрийт фитнеси и активен спорт се дължи на фирми, които развиват проекти предимно в чужбина. Walltopia е лидер в производството на стени за катерене, спортни съоръжения и убеселителни паркове. Компанията е с най-голямата производствена база, с най-голям пазарен дял в САЩ и с богато портфолио от съоръжения за спортни забавления. Playground Energy предлага интерактивни съоръжения за детски площадки, които генерират енергия. Продава в 30 държави на 5 континента, като едни от големите им клиенти са от Близкия изток.

„СПФ България“ е вероятно най-разпознаваема на стрийт фитнесите у нас. Тя подкрепя първия официален клуб по стрийт фитнес у нас – „Стрийт уъркаут България“ с председател Йордан Йовчев.

Национални особености

Христо Алексиев, съосновател на Playground Energy, казва, че са сред малкото български компании, които изнасят детски съоръжения за игра на открито, и се позиционират добре, защото правят уникални продукти. Според него страната ни не присъства на картата на Европа и света в тази ниша поради липсата на политика в подкрепа на развитието на бранша и заради малкия му дял и на националния пазар.

Компанията има малко изпълнени проекти в България, като повечето са извън столицата, въпреки високата еднична цена на съоръженията. Проблем е и намирането на персонал, независимо от опитите за работа с университетите и със стажантски програми. „Ние сме малък екип, работим с фабрики извън София, защото там са най-добрите производители. Това ни спасява, защото производството е комплексно, работим с разнообразни мате-

риали и това ни позволява да сме гъвкави“, пояснява той.

Бизнесът на Walltopia Active Entertainment е изцяло извън България. Златимира Банчева, директор „Продажби“, казва: „Работим в над 80 държави на всички континенти без Антарктида. Досега сме построили над 2000 проекта“. Фирмата разчита на собствени усилия в търсенето и обучението на персонала. „Хората няма къде другаде да научат нужното, за да просперират при нас. Служителите трябва да познават спецификите и законовите рамки на всяка една държава, където работим“, пояснява тя.

Красимира Кръстанова, управител на „СПФ България“, отбелязва като предизвикателство, че все още няма изрична законодателна рамка относно изграждането на площадки за стрийт фитнес. Често ги причисляват към детските площадки за игра, а те са предназначени за възрастни и младежи над 12 г. Компанията популяризира своята работа с подкрепа на масовия стрийт фитнес спорт. „През 2016 помогнахме за учредяването на първия официален клуб по стрийт фитнес у нас. Постепенно България се превърна във водеща сила в този спорт в света“, разказва тя. Доброто заплащане, но и усещането за мисия за обществото привлича кандидатите за ра-



бота в компанията. Въпреки това, подкрепата от сържавата или образователната система е нужна, дори и за да се преодолеят последиците от ковид кризата.

Нови времена, нови пазари

Секторът на площадки за игра, за активен спорт навън, изживява своето възраждане след ковид кризата, както казва Банчева. Сегментът Active Entertainment, в който фирмата специализира, е „най-новият тренд“ в почти всеки инфраструктурен проект. „Пред катеренето като спорт има невероятен бъдеще. Ние имаме апетит да отворим поне 20 построени и оперирани от нас джимве в САЩ в рамките на следващите 2 години. От гледна точка на индустрията за забавления, на-

Walltopia е лидер в стените за катерене



Walltopia

блюдаваме растеж“, пояснява тя.

Красимира Кръстанова допълва, че преосмислянето на ролята на външните пространства в ковид кризата е повлияло положително на търсенето. Гражданите започват да изискват от местните власти да изграждат площадки за фитнес на открито. Фитнес залите обособяват стрийт зони. Увеличава се търсенето и на площадки за паркур, скейт паркове, терени за футбол, баскетбол, волейбол и т.н. „България е сред водещите производители на съоръжения за фитнес на открито, като освен в съседните ни страни вече имаме клиенти от Европа, Близкия изток и Северна Африка“, разказва тя.

Христо Алексиев казва, че тъй като те държат сегмент от нишата – интерактивни съоръжения за игра, ковид периодът им е причинил застои, но не и загуби. С възстановяването на обичайния живот се отбелязва увеличаване на интереса към работата им, особено в Близкия изток. И макар че площадките не са от големите пера в бюджетите, се търсят иновативни, устойчиви съоръжения. „Близкият изток има изключително активно отноше-


ние към публичните пространства. Там се строят нови градове и вложенията в тях са начин инвеститорите да оставят следа в обществото“, разказва той.

Иновации и безопасност

СПФ залага на съвместната работа със спортисти, за да подобрява функционалността на уредите. Проектират се конфигурации за кръгови тренировки и за кросфит тренировки. „Конкретно за съоръженията за стрийт фитнес акцентираме върху поцинкованите кръгли тръби, за по-голяма безопасност, защото и много малки деца ги ползват. Стараем се да комбинираме лостовите и успоредките с въжета за катерене, чували за бокс и т.н.“, казва Кръстанова.

Walltopia инвестира в решения, които позволяват лесен монтаж и опериране. „Много важен аспект е дизайнът на съоръженията и цялостните проекти да позволяват оперирането им с възможно най-малък брой служители. Разработваме нови технологии и автоматизации на продуктите ни, които да позволяват разширяване на дейността на спортните центрове“, пояснява Банчева.

Екипът на Христо Алексиев наблюдава как децата играят навън, какво правят с техните уреди и търсят решения, според нуждите и нагласите на потребителите. През 2-те ковид години фирмата разработва 6 нови продукта. „Още е рано интерактивните съоръжения да са тенденция. Шансът на фирми като нас е да сме гъвкави. Каталогът ни е 2 пъти по-голям в сравнение от преди 5 години. Тоест разработването на нови продукти е наше основно предимство“, пояснява той.

Цените и недостигът на материалите са това, което безпокои предприемачите, на фона на позитивните новини за сектора. Те търсят алтернативни технологии и материали. За тях това е предизвикателство, което е „преодолимо“, както казва Кръстанова. 

Playground Energy изнася детски съоръжения за игра на открито, казва Христо Алексиев



Красимир Сираков



Път към забравеното

МАЙСТОРСТВО

✎ Яна Колева

Прекарваме все повече време в затворени помещения. През последните десетилетия се наблюдава скок на алергичните заболявания. Принос за това имат и материалите, с които е построен и ремонтиран нашият дом и офис, твърдят от Sevarex. Компанията се е зела с мисията да популяризира екологичните строителни материали и да произвежда някои от тях.

Начало

Преди две години Александър Събев и Добромир Машев предприемат ремонт на своите стари селски къщи. Оглеждат какво се предлага на пазара и констатираат огромен недостиг на качествени екоматериали, а тези, които са налични, са 2-3 пъти по-скъпи от аналозите в Западна Европа. Заемат се да запълнят тази потребност. Идеята им е да представят цялостно портфолио по начин, че всеки човек с такъв стремеж да може да си направи екокъща или екологичен ремонт на приемлива цена. Така започват да предлагат екобоя, глинени мазилки, екоизолации и мас-

лени покрития за дърво... Това се посреща с голям интерес и тяхна дългосрочна цел става в България да се произвеждат повече такива продукти, вместо да се внасят.

Предистория

Добромир Машев е завършил приложна геология и минералогия в Техническия университет в Аахен. Работил е като технолог за големи концерни в Германия, а от близо 10 г. е в сферата на екологичните строителни материали и е един от малкото строителни геобиолози. Преди 5 г. заедно с колеги от университета в Аахен участва в проект за разработване на алтернативни строителни материали, финансиран по европейска програма. Решава да откупи правата за неговото производство. Сега произвежда и продава екобоята Fatovo в над 20 страни по света. Тя е суха, прахообразна, без вредни вещества и без мирис. Формулата е: 5 kg Fatovo + 3 л вода = 5,5 л свежа боя за около 40 м² площ. Продуктът е сертифициран по всички европейски норми и е сред Top 1000 на най-добрите екологични решения, които имат потенциала да променят бъдещето в строителния

SEVAREX ИМА МИСИЯТА ДА РАЗШИРИ ДЕЛА НА ЕКОЛОГИЧНИТЕ МАТЕРИАЛИ В СТРОИТЕЛСТВОТО. РАЗРАБОТВА СОБСТВЕНО ПРОИЗВОДСТВО ИЗОЛАЦИОННИ ПАНЕЛИ ОТ СЛАМА

ВИЗИОНЕРИ

ДОБРОМИР МАШЕВ, технически



консултант: Запознах се с начините на строителство с естественни материали на четири континента, за да се доближа до забравеното българско майсторство. Да усетя земята

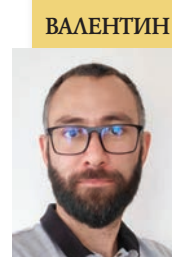
под краката си и да съградя на нея дом, това ме кара да се чувствам жив.

АЛЕКСАНДЪР СЪБЕВ, продажби и



маркетинг: Балансът между нещата, които правя в ежедневието си, и начина, по който ги правя, е смисълът на моя живот. Да съградя нещо, което да се помни дълго, и да оставя позитивна следа, това е моята цел.

ВАЛЕНТИН МАШЕВ, финанси и IT:



Всяка къща има нужда от основи, всяка програма има нужда от програмист. Използвайки старото знание и награждайки с възможностите на новите технологии, всеки елемент намира своето място в общата матрица. Балансът между епохите и знанието е в основата на устойчивия прогрес.



сектор. Sevarex е представител на Farnovo за България и Балканския полуостров.

Александър Събев е икономист, специализиран в маркетинга. Завършил е политология и европеистика в Германия. Учил и в Москва. Има опит в продажбите и ръководенето на проекти за глобални корпорации. Прибрал се обратно с убедеността, че всеки, придобил опит зад граница, е рано или късно да се върне, за да участва в изграждането на нова България. Вярва, че тук е налице идеалната екосистема за стартапи, вижда много незаети и неразвити ниши.

Продукт

Основателите на Sevarex стигат до идеята за свой продукт и през лятото на 2021 г. създават проект за изолационни панели от слама. Акселераторът Innovation Starter ги подпомага с първоначално финансиране, което поетапно възлиза на 5 хил. евро. Предстои валидирането на иновацията в лабораторни условия. Финансирането на разработката става и със собствени средства. Заделят ги от дейността на дружеството, която в момента е свързана с екоматериалите и тяхното навлизане в практиката. През февруари 2022 г. БТПП отличи начинанието на Sevarex в конкурс за български фирми с кръгов модел на производство. Сламените изолационни

панели ще се ползват за външна изолация и ще се произвеждат в България. Когато се стигне до масовото им производство, тяхната цена ще е по-ниска от алтернативите на Запад и тогава ще се мисли за разширяване на пазара извън Балканите.

Предимство

Сламата е остатъчен ресурс от селското стопанство, който не бива напълно оползотворен и голяма част от него се изхвърля или изгаря. Тя е с високи топлоизолационни свойства. Панелите ще са с различна дебелина, но все още всичко е в проектна фаза и крайната цена е рано да бъде определена. Като създават и утвърдят продукта в българското село, когато той стане популярен, ще се мисли как да се използва и в градски условия. На този етап продължават с изпитанията, за да се намери оптималната формула и дебелина на изолацията. За да постигнат мащаб, пред тях има различни варианти за развитие.

Ниша

Конопът е сред материалите с голям потенциал в екостроителството. Той има двойна употреба и в България не е разрешен за производство. Затова работят с немски партньор, внасят тяхната конопена вата и са оторизиран представител за нашата страна. Румъния проявява гъв-

кавост и там производството на коноп и продукти от него е разрешено. Очаква се тази ситуация законодателно да се промени и у нас. Sevarex са активни в тази посока.

От нисък старт

Пазарът на строителни материали в България възлиза на около 6 млрд. лв., а дялът на екопродуктите в него е на практика нищожен, докато в някои западни държави проникването им достига до 15%. Основната мисия на Sevarex е не само да съдейства за развитието на този пазар у нас, но на достъпна цена да са налични качествени екологични материали, които не отстъпват на конвенционалните. Първата крачка вече е направена. Търсят подходящи хора, с които да разширят своя екип.

Кръгов модел

Sevarex е създадена от професионалисти, чиято мисия далеч надхвърля идеята да намерят своето място в бизнеса: „Трябва да пазим природата, а без кръгов модел на икономиката човечеството не може да си осигури благоприятно развитие. В миналото домовете на предците ни са били строени без химията да е определящ фактор, защо не и за в бъдеще да има жилища, направени по подобен начин. Нека да строим България по устойчив начин.“

VG био мед

от хоби до световна суперхрана

ФИРМА „МЕЛИФЕРА“ ПРАВИ ПРОБИВ НА СВЕТОВНИТЕ ПАЗАРИ И ЩЕ СИ ОСИГУРИ РАСТЕЖ ЧРЕЗ ЛИСТВАНЕ НА БЪЛГАРСКАТА ФОНДОВА БОРСА

Тони Григорова

20 май е Световният ден на пчелите. Те са важни за природната екосистема, защото опрашват растенията, спомогат за размножаването и плодовитостта им, това е принос в изхранването на човечеството. Освен това събират цветен нектар и го преобразуват в пчелен мед, който е суперхрана. В меда има полезни вещества, които подпомагат имунитета и оздравителните сили на организма. Използван е от древни времена дори и външно при тежки рани, които заздравят заради антисептичните му свойства. Пчелите са интересни и със своята чистоплътност и организация. Те живеят в свършени хармонични отношения, отдадени на общото благо – нещо, което хората сме позабравили, казва Биляна Николова, основател на фирма „Мелифера“. Тя става наш гуг по темата за пчеларството и меда и

разказва за иновациите и развитието на своя бизнес.

Хоби

Пчеларството е хоби за много от известните личности от древността насам – Аристотел, Наполеон, няколко римски папи, Томас Едисон, Лев Толстой, Силвия Плат, Марта Стюарт, Хенри Фонда, Робърт Редфорд, Спинг, Мишел Обама, Морган Фрийман... Личен фаворит на Биляна е сър Артър Конан Дойл, който прехвърля интереса си към пчелите върху Шерлок Холмс и даже издава „Практически пчеларски наръчник“ от името на Хоамс. Героят на Дойл ѝ е любим и заради неговия изследователски и аналитичен подход към пчелите – философия, която тя също следва като пчелар.

Първи експерименти

От госта време Биляна Николова е

запалена по пчелите, но от няколко години се посвещава на бизнес, свързан с меда. Задълбочавайки се в изучаването на този природен продукт, установява колко е разнообразен като вкусове и аромати, колко е предизвикателно да се работи с него като суровина, защото е консервант и не се смесва лесно с други съставки. Иска да даде импулс на хората да включат повече мед в своето меню. България е в първите редици по производство на пчелен мед, но в последните по консумация. Решава да експериментира с меда и да създаде нови продукти – мед, смесен със сурово какао или пък с лиофилизирани плодове на прах. Първоначално предлагат обкусен мед, но после идва идеята за удобно пакетче с мед в комбинация с други суперхрани.

Здравословната ниша

„Мелифера“ излиза на прав път и полита по него, защото хоби пчеларят и хоби голфърът у Биляна си пасват идеално. Медът е чудесна енергия, която дава сила и подобрява концентрацията при дейности, които изискват издръжливост. Така се появява продуктът MelliGEL и прераства в дейност, която върви приятно като още едно хоби. Имат собствен преработвателен цех, био сертифициран от SGS, продуктите са 100% био. Доставчиците на мед са само български производители с най-високо качество мед от най-чистите кътчета на страната. Другите екзотични суро-



Производството

Признание за иновативност

Броят на международните отличия на MelliGEL расте. Продуктът спечели първите места в две категории: „Fitness and Sports Nutrition Product of the Year“ и „Innovative Natural and Organic Product of the Year“. MelliGEL Spirulina получи звезда от Great Taste. Компанията беше отличена като иновативен стартап в програмата на ClimAccelerator Black Sea и получи менторска подкрепа от Innovation Starter. Нејните продукти влязоха в официалната селекция за новостии на изложението PLMA's 2021. Успехите идват вероятно защото „Мелифера“ е в точното време и с правилния подход.



Екипът на „Мелифера“

вина се доставят от цял свят – плодове от Германия и Полша, асай бери и гуарана от Бразилия, спирулина от Италия, матча от Япония, цитрусови масла от Испания. Имат много идеи за продукти и растеж. Започват с 4 вкуса на MelligEL, сега са 7 и работят по още 4 нови. Ще развият и другата си регистрирана марка MelliTonic с подобен продукт, но в различна форма.

Пазарите

Продажбите тръгват първо през Амазон, тъй като миналата година е трудна за много дистрибуционни канали, а и искат да тестват интереса в международен мащаб. Това се оказва добър ход, тъй като започват да ваят обаждания от специализирани дистрибутори и потенциални клиенти на едро от цял свят. Вече имат партньори в Европа, запитвания от Азия и даже от Австралия. „Когато се появи нов продукт на пазара, не е лесно да се спечели доверието на клиентите и особено ако са спортисти, защото те се придържат към познатите решения. Привличаме интереса им, спонсорирайки различни спортни мероприятия, като даваме моистри на директните ползватели, за да преценят дали харесват продукта и после да си го

набавят“, обяснява Биляна.

Инвестиции

Привличането на инвестиции е от особена важност за осъществяване на планирания растеж в амбициозните срокове,

които си поставят. Възнамеряват да разширят производствения капацитет, за да отговорят на създадения интерес: „Не очаквахме да стане толкова глобално, но в момента търсенето на продуктите ни е огромно“.

„Мелифера“ е смела компания, затова предприема стъпки в посока Българската фондова борса и усилено се подготвя за листване в ВЕАМ – този сегмент на БФБ е насочен към стартъпи и иновативни продукти с потенциал за бърз ръст. Очакванията са решителният подход да се окаже желаният трамплин за развитие, а за инвеститорите, които повярват в тях, ще е възможност за съвместна печалба. 📈



ПРОИЗХОДЪТ НА ХРАНАТА Е ВАЖЕН

и препоръчам всеки да обръща по-голямо внимание на това. Медът и медните продукти от био производство са здравословно решение.

Биляна Николова



**САМО ЗА
3 ГОДИНИ
HOT FARM СЕ
НАРЕДИ ДО ИМЕНИТИ
СВЕТОВНИ БРАНДОВЕ**

В царството на ЛЮТИТЕ ЧУШКИ



Екипът на „Родинови“ ООД - Елена, Славена, Дарина, Христо и Стоян

Яна Колева

Никога не съм предполагала, че едно колекционерско хоби може да ни даде толкова силен заряд, импулс и жажда за работа, за развитие и за живот... Това казва Дарина Родинова, съосновател на „Лота ферма“ и бранда Hot Farm. Семейното ООД отглежда лютти и супер лютти чушки от цял свят, имат самостоятелно преработвателно предприятие, демонстрационна оранжерия

и дегустационна зала. Всичко това е направено основно в последните 3-4 години. Но как се стига дотук?

Ключът към промяната

Христо и Дарина Родинови близо 25 години работят в сферата на земеделието. Отглеждат зеленчуци и разсад в с. Страшимирово, Варненско. Преди 9 години на приятелска вечеря става дума за лютите чушки в Мексико. Христо е пътувал много

като моряк, обиколил е по-голямата част от света, но на лютите чушки готозаба не бил обърнал внимание. Когато се прибират вкъщи, той заявява, че започва да колекционира лютти чушки. На Дарина и на двете им дъщери Елена и Славена това им се вижда твърде налудничаво идея.

Силата на страстта

В продължение на 2-3 години, без никаква подкрепа въкъщи, Христо събира около



300 вида лютти чушки и успява да адаптира тяхното отглеждане в местните условия. Купува семена от сайтове по цял свят, много от приятелите им, които ходят в чужбина, му носят като подарък лютти чушки или семена за екзотични сортове. Сам, воден от силна страст, Христо прави голяма „люта“ градина, която става неговата гордост. В дома им започват да идват ентузиастични от цяла България, за да видят този оазис на лютото, в който се открояват Каролина рийпър - най-лютата чушка в света, както и известният вече сорт Български морков. После Христо се втурва да прави експерименти с приготвянето на лютти сосове. И когато някой гоиде и си купи разсад за лютти чушки, той подарява бурканче със сос и моли само за обратна връзка. Постепенно домът им става средище на лютите чушки. Христо си прави и сайт, който има притегателна сила за почитателите на лютото и така неусетно биват положени основите на нов бизнес. „В един момент решихме и ние да го подкрепим, заради страстта, която имаше към лютите чушки. Той умело ни привлече, като ни разказваше и за здравословните им качества“.

По нов път

Лютите чушки стават „главен герой“ в семейната ферма. В дейността се присъединява и техният зет Стоян, съруг на голямата им гъщеря Елена. Всеки има дял в бизнеса, но и съответните отговорности. Христо е ангажиран с производството на разсад и на лютите чушки. Елена е на 29 – тя се занимава със счетоводните въпроси. Стоян е технологът. Славена (25) отговаря за маркетинга и рекламата. Дарина е дъщеря във всички дейности, но е най-силно вдъхновена да организира лютите турове, което вече е станало специалитет на Hot Farm. Обича да е с туристите, да им разказва и показва.

Мотивацията

„Не предполагам, че в лютите чушки се крие такава магия. Преди четири години дори и не сме си представяли, че толкова бързо ще създадем марка, която ще се нареди до световни брандове. Впуснахме се в

нещо съвсем ново за нас. Всичко ставаше бързо, така например решихме и в рамките на три месеца построихме цех, създадохме технологии по всички изисквания, разработихме 30 продукта, направихме онлайн магазин и излязохме на пазара“, разказва Дарина. Тази огромна крачка става благодарение на силната мотивация на цялото семейство, но и на постигнатото преди това. Имат идея и без колебание се хвърлят в нейното изпълнение. Всичко правят със собствени средства, не ползват финансиране по европейски програми. Наскоро са направили разширение на предприятието, но вече с малък кредит. В пандемията фирмата има растеж, за разлика от много други бизнеси.

Риск печели

В „Люта ферма“ са се убедили, че всеки бизнес е рисков, не само земеделието. Те обаче, образно казано, никога не слагат яйцата само в една кошница. Винаги имат Вариант Б и така работят по-спокойно. Свикнали са да разчитат само на себе си. Имало е наводнения и градушки, които са порязвали тяхната реколта, но тези неблагоприятия са ги научили, че винаги трябва да разполагат с финансов резерв за поне година напред. Нагласата им е никога да не губят кураж. Например с поскъпването на енергоносители те приближили към повече икономии, ориентирали се и към инсталирането на

фотоволтаици. Вместо да се отчайват при всяка трудност, те я трансформират в креативност и създаване на новост. Когато тръгват да правят предприятие за преработка на лютите чушки, решават да наемат една стара фурна, която да оборудват. И точно преди да сключат договора, нейният собственик се отказва. Консултантът обаче ги насърчава да изградят цеха на мястото на стария сайвант в техния двор, правят го, а вече дори са го и разширили. Сега изнасят лютти сосове за Китай и Полша, но и за редица други страни.

Напред и все напред

Когато се заемат с нещо ново, но не знаят как точно се прави, купуват специализирани издания, ровят се в интернет, учат и експериментират. Разполагат с генофонд на 300 вида лютти чушки, но тази година ще отглеждат около 35. Произвеждали са 30-ина вида лютити сосове, но вече са ги svelи до 12 вида, след като търсенето на пазара показва, че няма нужда да са много. Сега разширяват фермата с нови 8 джа оранжерии. Мечтата на сговорното семейство е да продължават напред със същия хъс. И петимата вярват, че всеки е голям толкова, колкото са големи мечтите му. Всеки ден работят, вдъхновени от идеята, че „Днес е тяхната възможност да създадат своето по-добро утре“.

ГРАДСКОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ ОСИГУРЯВА 20% ОТ ГЛОБАЛНОТО ПРОИЗВОДСТВО НА ХРАНА И Е БИЗНЕС НИША С ПОТЕНЦИАЛ И В БЪЛГАРИЯ



Фермери в ГРАДА

Мая Цанева

Световният пазар на градско земеделие се оценява на 213 млрд. долара през 2020 г. и се очаква ръст от 3% годишно за периода 2021-2026 г., по данни на industryarc.com. Вертикалните, споделени социални градини и фермите за микрорастения са фактор в борбата за достъпна, качествена храна за увеличаващото се население на света, на фона на недостига на земя, и за осигуряването на по-зелена среда за живот. Градското земеделие осигурява 20% от глобалното производство на храна и се очаква дялът му в изхранването на света да расте и да променя технологиите.

„Градското земеделие често играе ролята на инкубатор за нови храни и начини на тяхната консумация, като възстановяване на местни сортове, подправки, отглеждане на ядивни цветя. С помощта на високите технологии, хидро- и аквапоничните ферми са успешен бизнес модел

за отглеждане на зеленчуци и аквакултури в градска среда, като транспортни контейнери, стари сгради, неизползвани силоси за зърно и други места, на които може да се вдъхне втори живот. Първият европейски „еднорог“ в технологиите за градско земеделие е именно стартъп, произвеждащ модулни вертикални ферми“, разказва Деница Маринова, експерт от Фондация „Приложни изследвания и комуникации“. Тя е част от екипа на CityZen, европейска инициатива за подкрепа и развитие на градско земеделие, която се развива в 5 европейски страни по програмата INTERREG EUROPE 2014-2020.

В България градското земеделие има история с потенциал за развитие като бизнес ниша. Липсата на устойчива подкрепа от общинска и гържавна власт и на целенасочено финансиране са основни предизвикателства пред споделените градски градини в големите градове, както и за комерсиалните ферми. Достъпът

до градски терени, които да се отдават безплатно или с преференциален наем, е затруднен. Но дигиталната карта с общински терени в София за градско земеделие, добротото взаимодействие по споделената градина на „Горичка“ върху бивш паркинг в столицата и успешното развитие на социалното предприятие „Чудната градина“ в Добрич дават повод за оптимизъм. „Много от гържавите в ЕС са регулирали създаването на градски градини и ферми с подкрепящо законодателство, например с федерален закон в Германия или с общински стратегии за развитие в Рим. В България все още липсва регулаторна рамка, но градските градини с образователна и социална цел се увеличават“, казва Маринова.

Чудната градина

„От години искахме да развием социално предприятие, в което да работят младежи с интелектуални затруднения. Между кафене, автомивка и градина, се спряхме

именно на градина, защото тя предполага различен вид дейности. За нас беше важно градината да е в града, за да бъде забелязан и оценен трудът на младежите с интелектуални затруднения“, разказва Мария Методиева, управител на Фондация „Св. Николай Чудотворец“-Добрич. Организацията получава първия си терен от общината и купува със собствени средства техника, бори се със земята, за да осигури условия за производство наред с града. „През пролетта на годината след старта назначихме 22-ма души с увреждания. Купихме още две оранжерии и започнахме първото си производство на зеленчуци. С новия парцел, който ни дадоха безвъзмездно, градината става 18 дка - и то в централна градска част“, казва Методиева.

Градината се възползва от стратегическото си местоположение - на границата на два квартала и до голяма хранителна верига. Продават на място и редовни клиенти идват да пазаруват от тях. „Устойчивостта идва най-вече с направените инвестиции за трите години, през които съществуваме. Всичко, което успеем да отделим като печалба, го реинвестираме в трайни придобивки. Дофинансираме се и чрез проекти. Документите са документи при всеки отчет, но доверието изграждаме най-вече с това, че работим на светло. Наложихме бранда на „Чудната градина“ успешно още в началото - борим се за по-високо качество на крайния продукт и не разчитаме на емпатия и съпричастност. Имаме редовни клиенти и във Варна. Продаваме и на фермерски пазар. Работим с корпоративни партньори и дарители“, казва Методиева.

Според нея реални възможности за градско земеделие има, но всеки предприемач първо би се сблъскал с липсата на свободни терени в рамките на града, липса на вода, охрана на терена и пр. Подобно бизнес начинание в градска среда е трудно постижимо. „Малцина биха се преборили с тези трудности, в съчетание със знания и умения за градинарство и маркетинг“, завършва тя.

За успеха екипът залага и на онлайн маркетинг и работа с медиите - във Фейсбук ги следват почти 10 000 души. „Чудната градина“ е и най-голямото социално предприятие като мащаб и като работодател, наел хора с интелектуално затруднение.

Микрорастения с вертикален потенциал

Боян Георгиев от Microgreens Bulgaria гостава на ресторанти и частни клиенти микрорастения, които компанията отглежда в базата си в един от по-отдалечените

квартали на София. Захваща се с идеята за чисто производство на храна за собствена консумация, след като се прибира след 15-годишен престой в САЩ. „Градското фермерство попадна в ползрението ми, тъй като повечето производители на микрорастения са градски ферми. Растенията се разполагат във височина - на стелажу на много нива, за да може да се постигне максимално оползотворяване на единица площ“, обяснява той.

Микрорастенията имат пълен цикъл на развитие между 14 и 20 дни, от 4 до 40 пъти по-висока хранителна стойност от порасналите растения и, благодарение на вертикалната система на отглеждане (vertical farming), имат нужда от 50 пъти по-малка площ в сравнение с конвенционалните методи. Това води до намаляване на въглеродния отпечатък на производството и при дистрибуцията на продукцията. Растенията се отглеждат с помощта на LED лампи, които консумират по-малко електричество в затворено пространство за максимална термоизолация. В повечето случаи те не пътуват повече от 20 км, за да достигнат директно до крайния клиент. „За клиентите най-впечатляващото е, че микрорастенията пристигат при тях

засадени в почвата, в която са отгледани - съвсем живи и свежи. Много от клиентите ни запазват почвата, за да ни я върнат, а ние я компостираме и използваме отново,“ допълва предприемачът.

Ниските производствени разходи се „компенсират“ с много усилия за оставане и развитие на националния пазар. Няколко производителя делят територия, но „никой от нас не би могъл да очаква значителен ръст, ако разчита само на микрорастенията“, казва той. Засега основните клиенти са ресторантите, а широката публика тепърва се огромява за предимствата на микроземеделието. Не срещат и подкрепа от държавата, тъй като няма конкретна опция за помощ. „Чисто административно тези продукти трудно се вписват в съществуващите категории, дефинирани от нормативните уредби. Това понякога създава трудности - по-тробави и неясни процедури, казуси... Липсват и кадри. Във висшите учебни заведения няма конкретна специалност, посветена на този тип земеделие и дори ако се разглежда, то е много бегло. А това е бъдещето. Градското и вертикалното фермерство се разглеждат като системи на бъдещето и се очаква търсенето да нараства постоянно“, завършва Боян. 🌱



Microgreens Bulgaria

Градското и вертикалното фермерство са бъдещето, смята Боян Георгиев

За да ражда земята ни ПОВЕЧЕ

**ЕВРО ФЕРТ“ АД
С УЧАСТИЕ НА
Е ИЗЛОЖЕНИЕТО БАТА
АГРО ОТ 16 ДО 20 МАЙ**

В условия на усложнена международна търговия, „Евро Ферт“ АД се придържа към своята политика - да подкрепя и да бъде близо до българските земеделски производители. Затова и през тази година компанията ще вземе участие в специализираното изложение за земеделие БАТА АГРО. То ще се проведе от **16 до 20 май 2022 г.** на Летище Стара Загора. За улеснение на гостите на компанията, шансът ще запази миналогодишната си визия, като ще бъде позициониран върху външната изложбена площ, в **сектор А1, място 21**. Всички посетители на изложението могат да се консултират със специалистите на компанията относно цените на азотните торове и тяхното приложение. Експертите по продажби ще съдействат на клиентите да направят своята поръчка, ако желаят да закупят амониев нитрат или други продукти, предлагани от „Евро Ферт“, както и за осигуряването на транспорта и доставката им.

Водени от мотото „За да ражда земята ни повече“, „Евро Ферт“ предлага богата гама от качествени български минерални торове. Повечето от тях са продукт на „Неохим“ АД.

Основният продукт, предпочитан от земеделските производители в цялата страна, е **Амониев нитрат „НЕО-ФЕРТ“**. Той е сред

най-добрите средства за азотно подхранване при почвено-климатичните условия в България. Подходящ както за есенно, така и за пролетно подхранване на почвите. За разлика от други азотни торове, може да се прилага и в периоди с по-високи температури, без опасения от загуби на хранителен елемент поради разграждане. Активният азот се усвоява бързо от растенията, като стимулира нормалното им развитие. Включва в състава си усвояем магнезий, което спомага за повишаване на добивите от зърно при подхранване в време благодарение на повърхностната обработка на гранулитите с антисбиваща добавка. Еднородният зърнометричен състав и практическата несбиваемост улесняват механизираното торене.

В опит да удовлетвори нуждите на своите клиенти, компанията пусна на пазара иновативен продукт:

- **100% водоразтворим амониев нитрат**, който съдържа антисбиваща добавка и не образува пяна. Предназначен е за капково напояване, хидропоника и подхранване на плодове, зеленчуци и овошки без опасност от запушване на дюзите.

„Евро Ферт“ предлага още:

- **Смесени и комбинирани NP и NPK торове**, които съдържат азот, фосфор и калий. Такива могат да бъдат изработени в индивидуални комбинации по желание на клиента.

- **Химически продукти** - азот, азотна киселина, амониев бикарбонат, амониев нитрат, амоняк, амонячна вода, обезсолена вода, въглероден диоксид, кислород и натриев нитрат.

- **Почвен анализ и консултация със специалист** - те са необходими за избора на правилна комбинация от NP или NPK торове за наторяване на съответната култура и осигуряване на оптимален добив.

- **Транспорт** - „Евро Ферт“ разполага със собствен автопарк и може да осигури доставка до всяка точка на страната. 🚚

Евро Ферт АД
ТЪРГОВИЯ С МИНЕРАЛНИ ТОРОВЕ

ЗАЛОЖЕТЕ НА БЪЛГАРСКОТО!

The advertisement features a large image of a golden wheat field under a blue sky with clouds. In the foreground, there are several stalks of wheat, a wooden bowl filled with white granules, and a small bowl of brown granules. To the left, the Euro Fert AD logo is displayed in blue and red. To the right, a barcode with vertical bars in blue, green, and red is shown. Below the logo and barcode, the text 'ТЪРГОВИЯ С МИНЕРАЛНИ ТОРОВЕ' and 'ЗАЛОЖЕТЕ НА БЪЛГАРСКОТО!' is written in bold black letters.

ПЛАНЕТАТА НИ Е ВАЖНА

Our planet is important



Уебинари за устойчиво развитие

WEBINARS ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT

ECONOMIC·BG

КМЕТА.BG

Стратегически партньор
**Европейска
инвестиционна
банка**

банката на 

Божидар и корените на съвременния ЖИВОТ



Божидар Емануилов

**КАК ЕДИН ЮРИСТ
НАСЪРЧАВА
ДОБРОВОЛЧЕСТВОТО
И СОЦИАЛНАТА АКТИВНОСТ**

Яна Колева

Доброволчеството намира все по-голямо развитие у нас. То може да е свързано с даряване на блага, но и на труд, като и двете са много важни. Божидар Емануилов вижда в него мощен инструмент за позитивна промяна. Още от гимназист той се интересува от природа, устойчивост и справедливост. Съчетава тези свои интереси с юридическото си образование, като през годините с приятели и съмишленици полага основите на няколко организации. Така се появява фондация „За Оборище“, на която е председател, става учредител на фондация „Корен“, съосновател на Сдружението за граждански инициативи „Клин“, част от Инициативата за развитие на градското земеделие, съосновател на „Споделена зеленчукова градина 1“, доброволец

в „Доброволно формиране за овладяване на бедствия - София“, почетен член на сдружение „Zemelod“- Чехия... Когато го питаме какъв точно е, казва, че е търсач на истината, пътешественик, медиатор, буден, балансиращ и неуморим хуманист.

В полза на хората

Божидар Емануилов е юрист и вместо изцяло да се фокусира в тази област, се насочва към неправителствения сектор и към работата в обществена полза, което е в допълнение към основната му професионална дейност: „Винаги съм се вълнувал от общности и екология, тези ми интереси са фундаментални за всичко, в което участвам и създавам. Експертизата ми на юрист ми позволява да съм полезен в стартирането на най-различни инициативи. В някои съм по-ангажиран с работата и инициативите, а в други съм помагал само за началото. Смятам, че основната сплав на правата демократична държава е гражданското общество, затова и инвестирам толкова от енергията и времето си в проекти, които са насочени под различна форма към гражданското включване и създаването на общности“.

Оползотворяване

Много от неговите човешки емоции и желанието му всички да живеем на почиста планета са свързани с фондация „Корен“. Тя е един от големите му проекти. Създава я след едномесечна работилница в Чехия, на която построяват от кофа нула до замазка сграда, използвайки предимно рециклирани материали - автомобилни гуми, бутилки, кенчета и много други, на които дават втори живот. Проектът е с международно участие под ръководството на американския арх. Майкъл Рейнолдс, който е основател на системата EarthShip. За фондацията се събира екип от 7 човека и започват дейността. С времето настъпват промени и сега ядрото е от петима, но им помагат още няколко ентузиаста. Работят основно за промотиране на град-



Компостирането може да става и в градски условия



ското земеделие и за компостирането, също така поддържат карта за екообщности и практики: „Живеейки в град, моите усилия са фокусирани към градски решения. Запознавайки се с далекоизточните култури и философии, едно от нещата, които силно резонираха у мен, е това, че малкото прави голямото“. Така Божидар получава убеденост, че малките стъпки отвеждат към голямата цел.

Градското земеделие

Как да развиваме градското земеделие? Какъв ще е социалният ефект от него и кой засега има интерес да (не) го развива? – са въпроси, които и в момента продължават да търсят своите отговори. Според Божидар градското земеделие е все по-модерно движение, предоставящо инструмент, чрез който може да се работи за решаването на редица проблеми – кръговата икономика и Зелената сделка, преодоляване на COVID кризата. Досега усилията им са насочени предимно към София, където препенкамък е намирането на терени, които да може да се ползват дългосрочно. Затова са дали подтик „Софияплан“ да създаде карта за потенциални общински земи, подходящи за градско земеделие. И продължават да чакат Столичната община най-сетне да даде „зелена светлина“ за тази полезна дейност.

Но защо ни е да развиваме градското земеделие? „То има различни прояви - основно социална, терапевтична, образователна, а и търговска. Като човек със социално мислене, работя за създаването на споделени зеленчукови градини“, обяснява Божидар Емануилов.

Компостирането

Оползотворяването на остатъците от храна и на градинските „зелени“ отпадъци може да става чрез компостиране. Мисия възможно ли е компостирането въкъщи, наред със споделеното компости-

ране? Нулев отпадък в дома и бизнеса - постижимо ли е?

Споделеното компостиране е надградване на домашното компостиране. Първо събирате в дома си, там започва и процесът, после поставяте в споделен компостер в близост до вас и накрая в голям компостер някъде около града. В София, а вече и на много места в цялата страна, има все повече хора, които не просто желаят да сведат до нула отпадъците, които генерират, но вече търсят и начини да компостират.

Минимален отпадък

С усилията на фондация „Корен“ са направени няколко споделени компостера, сега работят за изграждането на още три в столичния квартал „Надежда“. Организиран информационни събития, подготвили са за издаване книжка за оценяване. Работят в партньорство с групи екоорганизации в страната. „Темата с нулев отпадък ни е близка и се стараем да намаляваме отпадъците и да подпомагаме хората и бизнеса да постигат това. Но става много трудно, особено без подкрепа от сръжавата и общината. В София няма кафяви контейнери за органичен отпадък,

а по Закона за управление на отпадъците общината е задължена да подсури система за оползотворяване на органичните отпадъци, трябва и всеки бизнес да събира разделно. По редица причини този закон не се прилага и за компаниите и хората е сложно да направят преход към значително намаляване на отпадъците и към по-качествено им оползотворяване“, посочва Божидар.

Активност в квартала

Фондация „За Оборище“ води началото си през 2009 г. Седмина буни съкварталци решават да създадат нещо полезно, свързано с култура, екология и гражданско включване. Спасяването на кестените е една от инициативите. Проблемът започва преди 15-ина години, когато от Южна Америка идва минарац молец, който ползва листата им за снасяне на ларвите си. Ларвите се хранят с листата и това води до тяхното преждевременно пожълпяване и падане. Кестените са един от символите на София и затова фондацията се заема с мерки за тяхното опазване.

Библиотеката и споделеното четене са другият фокус. От 10-ина години организират и поддържат библиотеки за свободно четене чрез инициативата „Библиотека между листата“. Първата е била в парка на Военната академия, следващата се е намирала пред театър „София“, най-новата е в „Маймунарника“ в Борисовата градина. Така върхват нов живот на книги, които иначе биха отишли за рециклиране. Проектът е насочен не само към четенето, но и към общността и е своеобразен експеримент за споделянето.

Инициативите в обществена полза и доброволчеството събират заедно хора от една нова „порода“. Те стават все повече и това със сигурност ще повлияе на облик на нашите населени места. ☺



Библиотеката в „Маймунарника“



Виктория Бешлийска: Камбаните бият за тези, които

ЧУВАТ

ИКОНОМИКАТА
НЕ БИВА ДА
СЕ ПРЕВРЪЩА
В ИКОНОМИЯ НА ДУХА

Татяна Явашева

С първата си книга „Глина“ Виктория Бешлийска направи чудо, тя раздвижи духа на хората и ги предизвика да търсят и да четат нейния роман, който излезе в края на 2020 г. И ето едно от възприятията за това литературно произведение: След „Глина“ поглеждам сърпа на Луната и виждам късо изрязан нокът. След „Глина“ се вслушвам в звука, който издава млякото, докато го изливам в чаша. След „Глина“ се уча да дишам така, че да усещам тънко гвоздейче в слънчевия си сплит... „Глина“ и блогът „По дирите на думите“, който привлича нови последователи, вдъхновиха авторката да направи „Словник“ с 90 поетични, архаични или рядко срещани български думи. Сега Виктория е в творческия вихър по създаването на следващия си роман. Тя безспорно има голям успех на този малък български пазар. Малък ли е той, ще ни каже самата тя.

- Г-жо Бешлийска, какво отражение дава у вас съгъстената динамика на случването и на случващото се в последните две години?

- Една от причините толкова гръзко да поема по пътя на писането на художествена литература се корени именно в настъпилата в началото на 2020 г. пандемична криза. Писането в блога „По дирите на думите“ се оказва спасително за мен. През метафорите, създавани чрез старите думи, успях да изразя тревогите и откритията си за новата ситуация. Вече бях направила по-голямата част от историческото проучване, сюжестът на романа „Глина“ бе структуриран, оставаше само да започна да пиша. И невероятният импулс се появи от личен вътрешен прелом в този период. След излизането на книгата получих много читателски отзиви, в които се съдържаше думата „спасение“. В момента работя по нова книга, която ще покаже как историческите времена се оглеждат едно в друго. Това е свързано и с новата криза - войната в Украйна.

- Като писател, кой е въпросът на въпросите, който ехти?

- За мен големият въпрос е как стана така, че икономиката на духа се оказа в по-голяма криза от пазарната икономика.

- Икономика на духа - какво влагат в това понятие?

- Духът е материя в движение със собствена стойност. Стойността на духа е изчислима на база на трансцендента - вездещата цялост, която стои в основата на всичко зримо и незримо, която е вътрешен проект на всеки човек и към която, съзна-

телно или не, той се стреми през целия си живот.

- Кои е двигателят и как се върти колелото на тази икономика на духа днес?

- Времето на криза ражда крайности. Хората се поляризират в мнението и поведението си. Все по-голяма става бездната между двата полюса и е нужна сила, която да започне да привлича обратно разединените хора. В днешната икономика на духа едни от основните производители на ценности са именно хората, занимаващи се с наука и изкуство. Там са изборите на духа.

- Икономиката осигурява прехрана, поминък и благоденствие... За какво друго е отговорна?

- Икономика се прави от хора за хора, но повечето производители забравят да вложат в продуктите си човеколюбието и грижата за нашия общ дом - природата.

- Какво изпускам от своя фокус компаниите?

- Страхът за оцеляването ги осакатява. Общият проблем е липсата на послания към хората. Искане се смелостта при всякакви обстоятелства да е с човешкото си лице.

- Имате ли усещането, че промяната ускорява своя ход?

- Промяната се ускорява заради технологиите и заради кризисните събития. Начинът, по който се държим спрямо нея, показва личната ни икономика на духа. Ето тук е разковничето и икономиката не бива да се превръща в икономия на духа.

- Поляризацията се изостря. Как да се създаде хармония в отношенията?



ИНФЛАЦИЯТА
В ПОЛЕТО
НА ЕЗИКА,

но и на икономиката,
изисква да се
приспособяваме
и да черпим от
съкровищницата на
старите си залежи



© Невена Рикова

- Като изградим търпение да слушаме другите. През ухото пътят до сърцето е по-пряк.

- Общество... Кое е общото и каква би могла да е целта, която да ни обедини?

- Всяка общност се обединява от идеята за общи блага. Като таква благо днес повечето хора ще посочат образованието, здравеопазването, създаването на добра среда за производство, развитието на регионите. Когато хората разполагат с тези блага, те се превръщат в общност. За да имат чувство за национална принадлежност обаче, са необходими други неща. Народността се определя през езика, природата и културата, през семейната история. Това е работа с корена, която изисква съзнание и памет. За да може общността да е народ, повече хора трябва да оценяват културното наследство като богатство, да търсят специфичното в българския дух, да не приемат земята, по която стъпват, като даденост, а да се отнасят към нея като „земя на блажени“, както един средновековен чуждестранен автор е описал България.

- Каква функция може да имат литературата и изкуството в това време на много бърза трансформация?

- Да компенсират травмиращата

ИСКА СЕ СМЕЛОСТ

бизнесът при всякакви обстоятелства да е с човешкото си лице

действителност и да изградят ценности и дух. Литературата по свой начин коригира реалността. Не един писател се е оказал пророк. Всички знаем „1984“ на Оруел. Ето и два примера от българската литература - „Времеубежище“ на Георги Господинов и „Опаишката“ на Захари Карабашлиев. Времето не е линейна ос, а система от повтарящи се истини, които витаят около нас и биват улавяни от сръвхчувствителните души.

- Визуалните изкуства и литературата каква машина на въздействие са отвъд забавлението?

- Отвъд повърхностния слой, който ни настройва консуматорски, получаваме достатъчно „храна“ за размисъл. Камбани-

те бият за тези, които чуват.

- Глина и „Глина“. Какво взаимодействие се получи?

- Преди излизането на „Глина“ културното наследство на бусинската керамична школа бе потънало в забрава. Книгата предизвика вълна от интерес и натам се насочиха мнозина, любопитни да видят с очите си това чудно село и Музея на бусинската керамика. Едно младо семейство, родом от там, успя да направи собствено гърнчарско ателие в Бусинци, което днес дава възможност на всеки посетител да се докосне до занаята. Така „Глина“ даде нов живот на глината.

- Как Виктория Бешлийска стана писател и как тя взе решението да бъде професионален писател?

- Отговорих на поканата да пиша. Тя дойде от последователите на блога ми „По дирите на думите“, когото ме насърчиха да създам нещо „по-голямо“. От един момент нататък нямаше как да съчетавам проучвателната и писателската си дейност с работата на пълен работен ден. С малко смелост и силната подкрепа на семейството и приятелите ми сега се занимавам само с писане.

- Каква мисия имате като писател и каква отговорност поехте към думите?

- Моята мисия е чрез книгите си да



намирам и предлагам начините, по които съвременният човек да се свързва с изконните български ценности и това да ни заздравява като общност и народ.

Говорейки за икономика на духа, целта е да повишим стойността на нашата обща духовност. Отговорността ми към думите е голяма и търся езика, автентичен за всяка епоха, до която се докосвам.

- Какво ще кажете за цената на думата, за обезценката и инфлацията?

- Прекомерната употреба на някои думи ги изпразни от съдържание, обезцени ги. Инфлацията в полето на езика, но и на икономиката, изисква да се приспособяваме и да черпим от съкровищница на старите си залежи.

- Как си обяснявате своя успех? Каква е неговата „цена“?

- Успехът на „Глина“ дава възможност да се измерят дефицитите на ценности, които романът компенсира. Цената в личен план плащам през избора от какво да се откажа, за да продължа по разкрилия ми се път.

- Имате няколко години опит в сферата на маркетинга. Това знание дава ли принос за търговския успех на писателката Бешлийска?

- Както в маркетинга: първо проучваш пазара, после създаваш продукт, от който той има нужда, сетне рекламираш този продукт и накрая чрез него създаваш връзка с потребителите. Идеалната цел на „Глина“ - да разкрие красотата и тайните на забравената бусинска керамика, следваше този модел. Гледах на романа като на цялост от текст, визуално излъчване и носител на послания. Активно действах и в разгласата при нейното излизане и в по-нататъшния ѝ живот, когато бе удостоена с три награди: Избор на книжарите на „Хеликон“ за 2021 г., Книга на година

та - според зрителите на предаването „Библиотека“ по БНТ, и награда за дебютен роман на Еврокон 2022.

- Как изглежда светът през вашия маркетингов бинокъл?

- Като свят от възможности да разгърнем човешкия си потенциал.

- Кое му е голямото на малкия ни пазар и как излизате отвъд неговите ограничения?

- Литературният пазар не се измерва с числа, а с умове, способни да приемат посланията, които предаваш. В този смисъл той няма ограничения.

- Библиотеката днес е място за...

- ... черпене на знания от Извора, място за размисъл и творчество в тишина, площадка за спонтанни срещи и отпращане точка към реалите извън нея.

- Кратка история за размисъл?

- В края на зимата в детската градина на малката ми дъщеря децата са изведени навън рано сутринта. Беше студено за сезона, но слънчево. Получихме снимка в общата вайбър група. Една от майките реагира остро - времето не било подходящо. Настана разпра между родителите. Майката търсеше подкрепа, за да злепостави учителката, но се получи тъкмо обратното. В крайна сметка от нас зависи дали ще поддържаме авторитета на учителя и доверие в образователната институция.

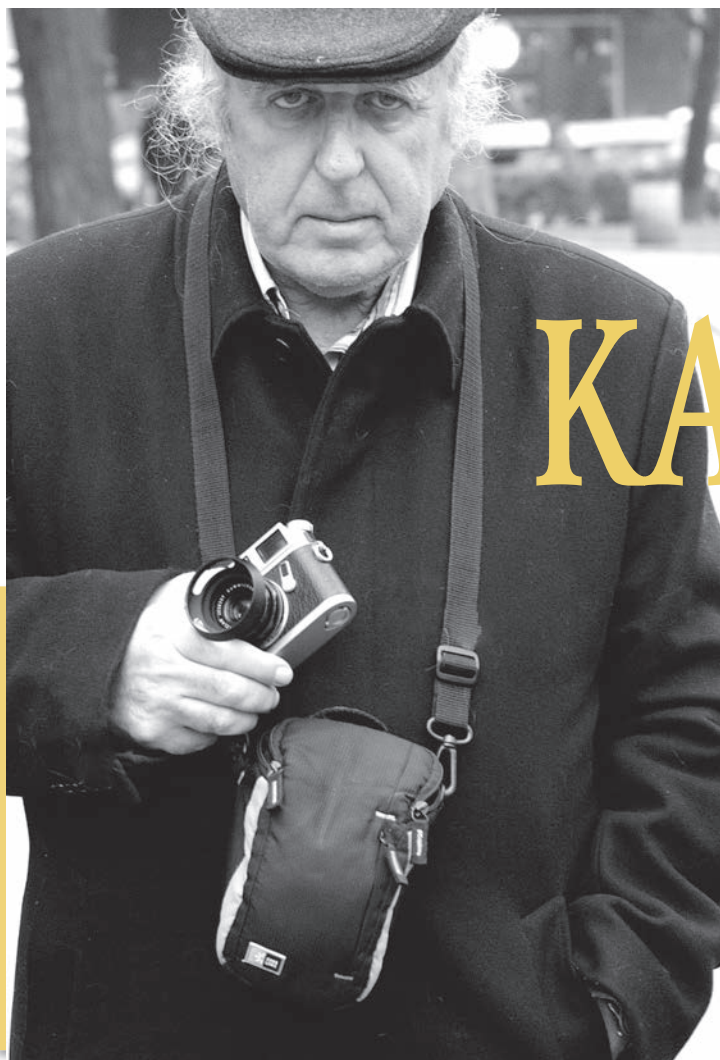
- Послание от вашето творчество, което ще подарите в края на този разговор?

- Сърцето, до което най-лесно се стига през ухото, е нашият избор на сила и спасител на душата. Нека се грижим за него! 🕊



В днешната икономика на духа основни производители на ценности са хората, занимаващи се наука и изкуство, казва Виктория Бешлийска

Проф. г.ф.н. ЦОЧО БОЯДЖИЕВ:



Нека всички да си зададем въпроса

КАК ТАКА?

Проф. г.ф.н. Цочо Бояджиев е учен, философ, основоположник на философската медиевистика в България, преводач основно от латински, старогръцки и немски език, но също така той има силно присъствие като поет и фотограф. Член е на Международното общество за изследване на средновековната философия (Лувен) и на Европейската академия на науките и изкуствата (Виена). Автор е на редица студии и монографии, учебни помагала, съставил е няколко антологии и сборници с философски текстове. Учредител е на Института за изучаване на средновековна философия. Проф. Бояджиев е истинска ренесансова личност в наши дни! Много са неговите постижения, но нека да чуем какво ще ни каже той в отговор на нашите въпроси:

ХОРАТА ОТ МОЕТО ПОКОЛЕНИЕ ВСЕ ОЩЕ СИ СПОМНЯТ УБОГОСТТА НА „ИКОНОМИКАТА НА ДЕФИЦИТА“ И ПОСЛЕДИЦИТЕ ОТ Т. НАР. ПЛАНОВО СТОПАНСТВО. ВАЖНО Е ДА СМЕ НАУЧИЛИ ТОЗИ УРОК, ЗА ДА ПОТЪРСИМ БАЛАНСА МЕЖДУ ДЪРЖАВНОТО ДЕКРЕТИРАНЕ И СТИХИЯТА НА ПАЗАРА

Татяна Явашева

- Проф. Бояджиев, да започнем разговора с „Какво става?“...

- По-скоро бих започнал с Радичковото „как така?“ Как така се случва това, което ни споделя напоследък? Ако бяхме в Средновековието - една епоха, която съм изследвал - вероятно бих отговорил: Бог ни наказва за нашите прегрешения, или: народите Гог и Магог са разбили Александровата порта, нахлуват в нашия свят и предвождат армията на Антихриста. Но не ми се ще да граматизираме, още по-малко да сентиментализираме събитията от последните години. Човек с по-обхватен поглед върху историята на човечеството лесно ще си припомни опустошителната чумна епидемия през четирнадесетото столетие, която погубва една трета от населението на Европа, или арабското нашествие през осми век, спряно при Поатие от отстъпващото по численост и боен опит „опълчение“ на Карл Мартел. Живеем в бурно, но

не безпрецедентно време и ако това не ни се харесва, трябва да си зададем именно този въпрос: Как така?

- Икономическите кризи имат своя цикличност. Означава ли това, че предишните уроци не са добре научени, защото в опитите да бъдат преодолені се прави толкова, колкото да се излезе от тях?

- Това е може би най-скандалното в живота ни - неспособността или нежеланието да се учим от грешките си. И да реагираме на тях не импулсивно, а осмисляйки техните причини. Ние някак много бързо забравяме. Само хората от моето поколение все още си спомнят убогостта на „икономиката на дефицита“ и последиците от така нареченото планово стопанство. А е важно да сме научили - от собствен опит или по нечий разказ - този урок, за да потърсим баланс между държавното декретиране и стихията на пазара.

- Върху какво е фокусът на вашите размисли в последно време?



ИМА ЕДНА „ОПТИЧЕСКА“ ИЛЮЗИЯ:

Достъпността на информацията, напредъкът в технологиите и демократизирането на образованието създават усещането, че всеки е достатъчно компетентен в различните сфери на живота

- Мисля си за уязвимостта на човека откъм мялото му – когато то престане да ни се подчинява и действия, които са били естествени до вчера, сега са невъзможни. Например да се зачичаме след трамвая.

- Станахте доктор на философските науки с дисертация на тема „Ренесансът на XII век: природата и човекът“. А ако насочите обектива към природата и човека в XXI век?

- Заниманията с миналото изпълняват и една, да го кажем така, свърхзадача – да ни предостави външна гледна точка по отношение на нашия живот. Защото ние живеем с неща, които смятаме за саморазбиращи се. Тях аз наричам универсални или интуиции на културата. Те са общоприетите вярвания и поведенчески стереотипи, които ние смятаме за естествени. Когато обаче установим, че в други отминали времена хората са ориентирали живота си спрямо съвсем различни визии, ние поглеждаме към нашата съвременност от определена дистанция и критично преосмисляме онова, което сме смятали за саморазбиращо се. Един пример. Съвременният човек ще приеме за даденост, че по-многобройната и по-добре въоръжената армия ще победи по-малобройната и по-слаба. През 1212 г. се предприема трагичният детски кръстоносен поход. Здравият разум недвусмислено ще отсъди, че невръстните деца няма да победят мамлюците, които не са съумели да надвият дори професионалните воители, рицарите. Но средновековното общество следва съвсем друга логика: светите земи могат да бъдат освободени от чистите духом, а такива са не затъналите в пороци рицари,

а невинните младенци. Тази история може да ни накара да се замислим, кой побеждава при един сблъсък – силният или правият.

- Изкушавам се да ви задам въпроса: Философията – какъв е нейният начин на употреба днес?

- Философията удовлетворява незаличимата човешка жажда за смисъл. Тя ни изправя пред най-важните светогледни въпроси: откъде идваме, какви сме, къде отиваме. Ние можем да си затваряме очите, но тези въпроси ни намират, особено тогава, когато някое драматично събитие прокъсне равномерния ход на ежедневието ни. В така наречените гранични ситуации ние трябва да вземем решение как да постъпим. Да, никои не може да разреши една морална колизия вместо нас. Философия-

та ни подсказва доброто решение. Тя е добър съветник и върши своята работа вече повече от 2500 години. Препоръчително, а и разумно е да се вслушваме в думите на великите философи от миналото. Ала не бива да премълчаваме един обезпокоителен факт. Последното столетие не роди никаква истински значима философска идея. Ние живеем в света на епигоните.

- Гласът на хората на науката като че ли слабо се чува в наши дни. Защо според вас обществото не се възползва максимално от потенциала на учените в техния твърде широк диапазон на познание? Или знанието отвежда хората на науката в друго селение?

- Има една „оптическа“ илюзия. Достъпността на информацията, напредък-



• ЛИЧНОСТ •

към в технологиите, демократизирането на образованието и т.н. създават усещането, че всеки е достатъчно компетентен в различните сфери на живота. Това скъсява разстоянието между лаика и истинския учен и по-амбициозният дилетант лесно ще си каже: „Какво чак толкова е ученият?“. Пример може да вземем от фотографията. Дори телефоните безпогрешно произвеждат прилични образи. Но истинската фотография изисква и нещо повече. Съгласете се, че има разлика между фотографите на Ралф Гибсън и битовите „шедьоври“ на братовчедата с GSM-а. Та най-напред трябва да забележим и признаем тази разлика, да се доверим на експертността на учения, когато цяла плеяда медицински светила говорят за ползата от ваксинирането, да придаваме на техните думи по-голяма тежест от тези на съседката от горния етаж.

- Имате редица изследвания и сте превели от латински, старогръцки и немски съчинения на Платон, Аристотел, Тома Аквински, Хайдегер. Изберете нещо кратко, което би могло да успокои ума и сърцето на съвременния човек, попил прекалено много страх...

- Ще се позова малко неочаквано на древен автор, когото не смятам за прав. Но понеже става дума за утеха... Та Епикур заявява, че не бива да се боим от богове-



те, защото те обитават пространства извън нашия свят и в блаженството си не се интересуват от човешките дела. Няма защо да се страхуваме от страданието, защото то е или нетърпимо, но кратко, или продължително, но поносимо. Най-сетне не трябва да се страхуваме от смъртта,

защото не се срещаме с нея - когато ни има, тя не е тук, а когато е тук, нас ни няма.

- Демокрация - беше една от най-употребяваните думи в началото на прехода, а вече значително по-слабо се използва. Постигнахме ли желаната де-



© Личен архив



мокращия или тя е нещо, което винаги намира начин да се изплъзне?

- Добре си спомням възторзите от първите дни на свободата. Тогава демокрацията беше просто противостоящото на омразния комунистически режим. Жадувахме я толкова силно, че не си давахме сметка за дефектите и опасностите. А народовластием крие в себе си много такива: популизъмът на демагозите, купените гласове, местните феодали и т. н. Сега трябва да признаем, че сме имали твърде стерилна представа за демокрацията. Само че такава съвършена демокрация никога и никъде не е имало. Затова трябва да престанем да оплакваме нашата демокрация и признавайки нейните недостатъци и стараяйки се да ги надмогнем, да отстояваме принципите ѝ, защото като човешко творение тя, разбира се, е несвършена, но е далеч по-ефективна от други форми на организация на обществото.

- Преди 30 години българите искаха свобода и по-малко държавна намеса. Сега в тези трудни времена всички искат да имаме силна държава и повече държавна подкрепа. Какво става със свободата?

- Боя се, че ще кажа нещо нелицеприят-

но. Но нека с ръка на сърце признаем колцина от хората, с които се срещаме, мислят свободата като върховна ценност. Не са ли по-скоро изключение тези, които биха изrekli гумите на великия идалго? И няма ли в отговор да прозвучи далеч по-гръмогласното хорова: „Но и саламът, Ваша светлост“? Не ви ли смушава това, че се води война срещу световното зло в защита на свободата и човешкото достойнство, а ние все за салама... Така де, за олиото...



СРЕЦУ ЗЛОТО ТРЯБВА

да се изправяме ежедневно, не бива да подценяваме и най-безобидните му наглед проявления, защото опитът ни да избегнем сблъсъка само утежнява бъдещото сражение

- Кога обществото, кога политиките имат най-остра нужда от хора като вас? Кога медиите ви търсят?

- Не много често, но така и трябва да бъде. Да присъстваш в социалния живот според компетенциите си, а не да си всезнайкото плямпало, чиито думи са загушили тежестта си, износили са се поради прекомерната им употреба.

- Имате стихотворение „Опит за предупреждение“. Затънали в прозата на днешния ден, какъв опит за предупреждение ще отправите?

- Тази война... Мислехме, че сме приспали злото, че такова нещо не може да ни се случи. Е, случи се. Защо го допуснахме? Какво забравихме? Не това ли, че срещу злото трябва да се изправяме ежедневно, че не бива да подценяваме и най-безобидните му наглед проявления, че опитът ни да избегнем сблъсъка само утежнява бъдещото сражение.

- Каква сентенция, дума или изречение ще ни оставите за размисъл?

- Нека е финалът на стихотворението ми „Чакалия“:

това е крайна гара

за да си тръгнал, трябва да пристигнеш

- Благодарим ви за този откровен разговор. ☺



The
MAYOR
.eu

The European Portal
for Cities and Citizens

ИКОНОМИКА

lifestyle



Съвършената симбиоза на
КОНТРАСТИТЕ
The perfect symbiosis of contrasts



МОДНИ фантазии

СЪС СВОЯТА ПРОФЕСИОНАЛНА СМЕЛОСТ И КРЕАТИВНОСТ В ИЗЯВИТЕ МИРА БЪЧВАРОВА ПРОДЪЛЖАВА ДА ДОБАВЯ НОВИ ШРИХИ КЪМ ОБРАЗА СИ НА ЕКСЦЕНТРИЧЕН ДИЗАЙНЕР

✍ Яна Колева

Правя фантазии и се напявам хората също да започнат да фантазират, казва дизайнерката Мира Бъчварова. Фантазирай, за да живееш – е творческият ѝ слоган. Тя е майстор на ексцентричното облекло, а то е трудно за носене и само ярки личности са склонни да го приемат, защото то те конкурира и трябва да си толкова голям, че да излезеш пред него. Няма ли го харизматичното присъствие, възгъш не човека, а онова, с което е облечен.



Път

От 8-годишна Мира плете, а от 12-годишна шие. Основите на модния дизайн получила в Техникума по облекло и дизайн „Вела Благоева“, където овладяла технологията на облеклото. После завършила Националната художествена академия. И до днес това натрупано знание ѝ помага във всичко, което като дизайнер създава. От собствен опит споделя: „Добрият професионалист е 5-10 процента талант, другото е труд“. С първата колекция, която като студентка представя, печели сребърна статуетка на Фестивала на модата, което я насърчава да продължава да е отвъд стандарта. Тя не е творческата „издънка“ в един силен род. Баща ѝ, инж. Христо Бъчваров, е бил изобретател с множество патенти. Нейна баба е била единственото оцеляло дете при жестокото клане в църквата в Батак през 1876 г.

Костюмограф

Мира обича да прави ревиюта с приказка и преживяване: „Изкуството е докосване до най-фината същност и с това, което аз създавам, карам хората да усетят своята душа. Когато тя е наранена, слагам върху тялото облекло с пирони и така направих колекцията „Spirit & Body“. Костюмите, предназначени за сцена и перформанси, имат свой живот и своя история. Но изработвам и „носими“ облекла“. Любовта ѝ към нестандартното се проявява още докато е студентка в НХА. В онези години обичала атмосферата на Театралната академия и там прекарвала голяма част от времето си. Запознала се с фотографи и заедно правили фотосесии, оттогава има добрите контакти в театъра и киното, затова е и костюмограф.

Унукат

Не използва думата „греха“, звучи ѝ като остаряло определение за нещо от всекидневието: „Аз обличам хората и тях-



ната гуша и предпочитам да наричам облекло това, което творя. Възхновявам се от философи и хора, които разсъждават за нещата от живота извън рамките на „тук и сега“. Влечеше ме към модата, защото правя своеобразна скулптура – скулпурирам облеклото върху формата на тялото, което е живо. Винаги правя само по една бройка, дори някой да поиска авторско повторение по негов размер, то никога не е същото, защото в хода на изработването се получават много промени и на практика се сътворява нещо ново“.

Искра

Има много клиенти, които изцяло ѝ се доверяват. Важно е да знае какъв е поводът и какъв тип облекло се очаква. Винаги започва от скица, но и тогава не знае какъв ще е крайният резултат, защото в процеса на изработката се минава през много трансформации. Когато започне да реализира първоначалната си идея, продължава да твори и да променя, което никога външен изпълнител на проекта няма право да си позволи. Освен това всеки материал си има своята гуша и той задава какво точно да се направи с него. Повечето от клиентите на Мира Бъчварова умеят да носят облеклата по начин, по който тя очаква – с осанката и с усещането за изключителност.

Стил

Привърженичка е на експеримента. Ползва дамски, пердета, килци, всякакви материали, които не са типични. В облеклата, които създава, винаги има нещо шуто, това може да е цветът, но „черешката на тортата“ под някаква форма трябва да присъства. Рисува и върху тъкани, но прави и принтове на свои картини върху платове, от които изработва облекло. Всяка картина може да бъде носена по специален случай или в ежедневието. Правилото е „Винаги различно, а не нещо, което вече го има“. Art Mode, или мода,

която произлиза от изкуството, в това се вписва нейното творчество. Стилът ѝ е незабравим и никой не може да го сбърка, защото Мира Бъчварова има свой почерк и целта ѝ не е просто да превърне модата в бизнес: „Мисълта на артиста не може да е комерсиална. Малцина успешно съчетават артиста и търговеца, други си намират търговски посредник, а има и такива, които не отдават съществено значение на парите“.

Розов гълъб

Когато облеклото стъпи на подиума, то вече е демоде. Да си модерен не означава да се облечеш с нещо, току-що показано



на прет-а-порте. Модерният човек е с рачупено мислене, той има своя ценностна система и добре знае къде точно иска да се впише. Нека не забравяме, че появи ли се розов гълъб, другите гълъби го убиват. Когато си много различен, обществото не те приема. С ексцентричността си някой може да заяви своето „знам и мога“, но хората му показват, че като тях той трябва да е сив, за да си общуват с него. Социумът налага рамките, въпросът е кой може да си позволи да е различен и гоъкве.

С кон и мотор

Мира е родена в София, ателието ѝ е в центъра на столицата, но опознава България едва когато си купува кон. С него обикаля страната, била е на преходи, които понякога достигат 200 км. „Преди да се сдобия с кон, не познавах България. Вечер, когато отседнем някъде, си говорим с местните хора и се сливаме с природата. Подобни преживявания имаме и когато тръгнем с моторите.“ С коня и мотора тя получава възхновение и компенсира статиката, която се натрупва у нея от творческата треска в ателието. Направила е първото в света ревю на висша мода, показано от ездачки върху расови коне. Прави фотосесии и ревюта с мотори – например „Fashion & Motorbikes“.

Двигател

Като малка Мира Бъчварова имала Лего, което било любимата ѝ играчка. И днес „детето с Легото“ у нея е живо, но вместо пластмасови сегменти, използва платове. В кариерата си на дизайнер тя е търсеца, изненадваща се и носеща изненади: „Имам почти всички награди за мода, които може да се получат в България. Моята философия позволява по едно облекло от модел, конфекцията не влиза в концепцията ми“. Смелата сътворителка продължава да е носител на промяната. Надява се куражът ѝ да остава на мястото си, защото той е мотор в изкуството. 📌

Съвършената симбиоза на



© Георги Малев

КОНТРАСТИТЕ

БОРЧЕ
РИСТОВСКИ
СЪЗДАВА
ВИША МОДА, А В
РЕСТОРАНТ ЕСТЕ
ПОКАЗА СВОЕТО
ТВОРЧЕСТВО ОТ
НЕГОВАТА ПОП АРТ
СТРАНА

✍ Яна Колева

Уникален спектър от картини и поп арт скулптури - антични форми, обогрени с класическия нюанс на Ренесанса, но докоснати с провокиращия почерк на поп арт изкуството, бяха показани в ресторант ЕСТЕ в София. Творбите са на Борче Ристовски, дизайнер и създател на модния бранд BEYOND. Но защо в ресторант ЕСТЕ? И кой е Борче Ристовски отблизо?

Страстта на Борче Ристовски е висша-

та мода, от която - роклите, изработени на ръка специално за клиент. Точната греха за конкретната личност и за съответния повод. Той е дизайнер със свое виждане и свой маниер на работа. Как се свързва с модата?

Избор

Явно Модата е избрала Борче Ристовски да работи за нея. Тя влиза внезапно в живота му и става част от неговата същност. Израснал в Македонска Каменица, близо до границата с България, през 90-те години, когато ресурсите за креативност са били съвсем ограничени. „Но имаш ли вътрешния импулс, започваш да твориш буквално от нищото“, казва Борче. Бил е вероятно 12-годишен, когато неговата майка купува шевна машина. Той започва да я изучава и родителите му позволяват да ши. Тогава пред него се отваря възможност по нов начин да изразява себе си чрез работа с шевната машина. След математическата гимназия, завършва „Мода“ в Националната художествена академия в София. Но и досега се чувства като самоук в модата, защото сам си е създал правилата, по които да изработва грехите. Когато като студент се запознава с утвърдените технологии за облеклото, усеща, че това само го обърква, и решава да остане верен на своя маниер на работа. Какво създава?





Борче Ристовски с г-жа Кремена Домусчиева
Borche Ristovski with Mrs. Kremena Domuschieva

Тайни от ателието

Облеклата, които прави, са произведения на изкуството. В творческия процес той включва индивидуалния клиент и наред с грехата подарява преживяване. За да създаде точната греха, трябва да усети човека и неговата душа. Правят се много проби, за да стане облеклото перфектно. Затова и държи в свои ръце целия процес по изработването на всяка рокля, макар да разполага с екип от 10-15 души в ателието си. Не се придържа към модни тенденции: „Представям си, че съм в цветна вселена и слушам тишината“. Не гледа ревята, но посещава изложби в чужбина на именити дизайнери, които показват избрани образци от своето творчество. Модата е изкуство и той

иска да я види през очите на най-гениалните майстори. Това го вдъхновява да разгърне своя потенциал. В България и на Балканите пазарът на официални рокли не е голям. Но Борче Ристовски е късметлия да е създал име и добра клиентела. Има дори дами, които идват от чужбина при него, за да поръчат нещо специално за конкретен случай. **Какво влага в тези произведения?**

Почерк

Във времето е намерил своята формула и в нея опорна точка е контрастът. Обича да съчетава ренесансовото вдъхновение със съвременното изкуство, романтика и класика, меките форми с индустриалния дизайн, черното и бяло

то... В сблъсъка на крайностите търси съвършената симбиоза между тях. При грехите предпочита монохромни цветове, докато при скулптурите и картините залага на ярките багри. **Къде показва свои творби?**

Ресторантът става галерия

Изложбата, която направи през март в ресторант ЕСТЕ, също носи в себе си контраста – неговото поп арт изкуство сред красотата на класическия барок в интериора на ресторанта. Така се създава красив амбиент, който вълнува. Експонатите за изложбата са били предварително готови, но те се вписват по изненадващо добър начин в атмосферата и пространството на импровизираната изложбена зала. „Посещението на ресторант ЕСТЕ е преживяване и среща с друг тип изкуство. Изложбата добавя към това още емоции и е провокация за възприятията и за мисълта“, уверява Борче. Неин куратор е международният арт гилър Стефан Стоянов и е организирана с подкрепата на Кремена Домусчиева. **Какво специално има в тази изложба?**

Уникату

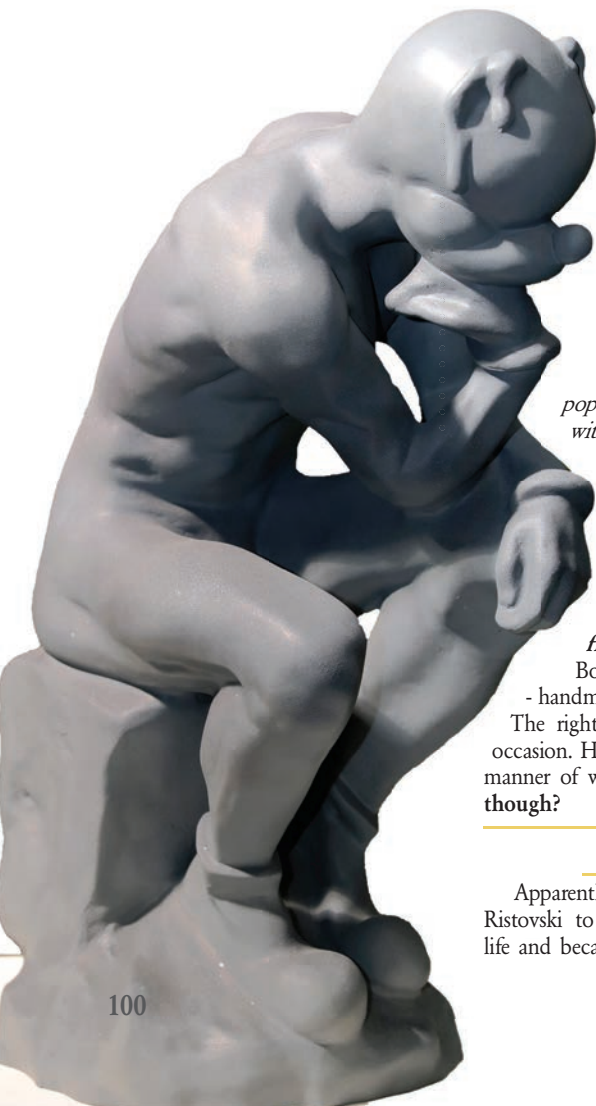
В ЕСТЕ Борче събира някои от своите емблематични произведения от последните две години. Той слава своя поп арт отпечатък и върху изделия на мода гиганти като Hermès, Louis Vuitton, Saint Laurent, Chanel, Nike. Такива чанти и луксозни аксесоари, рисувани на ръка, са притежания на неговите клиенти. Те откликват на предложението да бъдат показани в изложба, след като мнозина са искали да видят тези уникали, правени по индивидуална поръчка. Селекцията от ренесансови скулптури, „облечени“ в поп арт, носи настроение. **Но кой е генераторът в неговото творчество?**

Работата като удоволствие

Борче Ристовски избягва публичните изяви, макар дейността му до голяма степен да е свързана с шоу бизнеса и специалните събития. Приема това като „здравословна спирачка“, защото не той търси клиентите си, а те сами го намират. Стреми се всеки път и във всичко, което прави, да надскача себе си като креативност и техническо изпълнение. В скулптурата също е самоук и се доверява само на двете си ръце – прави ги без машини и без чужда помощ. Неговият генератор на идеи работи постоянно и той се опитва да реализира по-голямата част от тях. Но не си поставя срокове и големи цели, а се оставя на удоволствието да твори и да се наслаждава на това. Фокусиран е върху работата си и тя му дава пълното щастие. ☺



The perfect symbiosis of CONTRASTS



BORCHE RISTOVSKI
CREATES HAUTE
COUTURE, BUT IN
ESTE RESTAURANT HE
SHOWED OFF THE POP ART
SIDE OF HIS WORK

✍️ Yana Koleva

A unique spectrum of paintings and pop art sculptures - antique forms tinged with the classic nuances of the Renaissance, but also touched by the provocative style of pop art, were shown at the ESTE Restaurant in Sofia. The works are by Borche Ristovski, designer and creator of the fashion brand BEYOND. Why did he choose the restaurant as a gallery? And who is Borche Ristovski from up close?

Borche Ristovski's passion is haute couture - handmade dresses tailored to the client's tastes. The right garment for the specific person and occasion. He is a designer with his own vision and manner of work. **How does he relate to fashion though?**

Choice

Apparently, it was Fashion itself that chose Borche Ristovski to work for it. It suddenly entered his life and became part of his essence. He grew up in

Makedonska Kamenica, near the Bulgarian border, in the 1990s, when resources for creativity were very limited. "Still, if you have the inner impulse, you start creating literally out of nothing," says Borche. He was probably 12-years old when his mother bought a sewing machine. He began to tinker with it and his parents allowed him to sew. It was then that an opportunity to express himself in a new way opened up - by working with a sewing machine. After high school, he graduated from the National Academy of Arts in Sofia. But he still feels like a self-learner in fashion, because he has created his own rules for making clothes. As a student he became acquainted with established clothes-production technologies, however, he felt that this only confused him and instead decided to stay true to his way of working. **What does he create?**

Secrets from the studio

The clothes he makes are works of art. In the creative process he involves the individual client and along with the garment he also aims to produce an experience. To create the right garment, one must understand the client and their soul. Many tryouts are first made before producing the perfect clothes. That is why he intimately supervises the whole process of making each dress, even if he has a team of 10-15 people working in his studio. He does not adhere to fashion trends: "I imagine that I am in a colorful universe and I listen to the silence." He does not watch fashion shows but does attend exhibitions of famous designers showing selected samples of their work abroad. Fashion is an art form and he wants to see it



through the eyes of its most ingenious masters. This inspires him to reach his full potential. In Bulgaria and the Balkans the market for formal dresses is not large. But Borche Ristovski is fortunate to have created a name for himself and a good clientele. There are even ladies who come to him from abroad just to order something special for a particular occasion. **What does he invest in his works?**

Personal style

In time he has found his winning formula - and its basis is contrast. He likes to combine Renaissance inspiration with contemporary art, romance and classics, soft forms with industrial design, black and white... In the clash of extremes, he seeks to find the perfect

symbiosis between them. For clothes he prefers monochrome colours, whereas for sculptures and paintings he relies on bright colors. **Where does he show his works?**

The restaurant becomes a gallery

The exhibition, which he made in March at the ESTE restaurant, also carries a contrast - his pop art works among the beauty of the classical baroque interior of the restaurant. This creates a beautiful ambience that stirs emotion. The exhibits had been prepared in the past, but they fit surprisingly well into the atmosphere and space of the makeshift exhibition hall. "Visiting the ESTE restaurant is an experience

and an encounter with another type of art. The exhibition adds more emotions to this and is a provocation for the senses and the mind," assures Borche. The show was organized with the support of Kremena Domuschieva and curated by international art dealer Stefan Stoyanov. **What is so special about this exhibition?**

Unique items

In ESTE, Borche gathered some of his most emblematic works from the last two years. He also puts his pop art imprint on products of fashion giants, such as Hermès, Louis Vuitton, Yves Saint Laurent, Chanel and Nike. The hand-painted handbags and luxury accessories are owned by some of his clients. They responded to the proposal to show them at the exhibition, since many people were intrigued to see these unique, custom-made items. The selection of Renaissance sculptures "dressed" in pop art creates an additional mood. **But from where does he derive inspiration in his work?**

Work as a pleasure

Borche Ristovski avoids public appearances, even if his activities are largely related to show business and special events. He sees this as a "healthy break". And since he is not searching for clients, they find him instead. In everything he does, he strives to surpass himself in creativity and technical execution. He is also self-taught in the art of sculpture and trusts only his hands - he uses no technical equipment and no external help. His "idea generator" is constantly on and he tries to realize most of said ideas. But he does not set deadlines and grand goals, preferring to leave himself to the pleasure of creating and to enjoy it. He is someone focused on his work and this gives him complete happiness. ¹⁹



ЕРИЖ

и Къщата с мандарините

СТУДЕНТ ПО МЕДИЦИНА СЪЗДАДЕ БРАНДА MAISON TANGERINE И ЗАЛАГА НА КОНЦЕПЦИЯТА ЗА БАВНА, НО КАЧЕСТВЕНА МОДА

✍ Тони Григорова

Обичам всичко, което ще устои на времето, тренда, дори поколението. Това казва създателят на бранда Maison Tangerine Ерик Велковски. Тази година неговата креативност и усърдие бяха забелязани от Съюз „Произведено в България“ и той получи отличие като производител с добър пазарен успех. Нека от първо лице да се запознаем с историята на този млад предприемач, който същевременно е студент по медицина:

Семейството ми е от над 25 години в текстилния бизнес. Когато бях дете, вместо да слушам приказки за лека нощ, заспивах с разказите на майка ми за работния ѝ ден, новите клиенти и продажбите. А интересът към медицината се зароди в началото на пети клас. Докато съучениците ми се вълнуваха от новата песен на Джъс-



тин Бийбър, аз търсех информация за операции, специализации и операционни зали. Сигурно вече искате да ми зададете въпроса: „А има ли някой лекар в семейството ти?“ – Няма, но се надявам да дам начало на докторска фамилия.

Не една, а две професии

Аз съм зодия Водолей. Ние сме креативни личности, на които никога не им е достатъчна само една професия, само едно хоби, само един лобим ресторант. Създаването на моя бранд е приятно и удовлетворяващо хоби, което ми носи и доходи. А какво по-хубаво от това?! От малък съм научен да съм самостоятелен и предприемачеството е моят начин да вървя към тази крайна цел, преди изцяло да се отдам на медицината. Тя за мен е необятна наука и чарът е в това, че колкото и да учиш, винаги има с какво да наградяш утре. На моменти ми се струва почти невъзможно да съчетавам двете си призвания, но пък сега са годините, в които градя здравите основи на бъдещето. А и семейството винаги ми удря по едно рамо в трудните моменти.

Защо ризи, защо от лен

Ризи, защото са удобни, стилни и класни. Лен, защото е естествен и дишащ материал, подходящ за всеки повод и случай. А двете в синхрон правят магия, която се усеща при всяко докосване. За настъпващото лято сме подготвили много нови продукти - от панталони до ленени сетове, с които да допълните капсулния си летен гардероб. Нашата ексклузивна колекция бански с принтове на български художници ще е хит. Заложили сме на 100% рециклиран материал, разработен от италианска компания, специализирана в екологично чисти материали.

Развитието на бранда

Maison Tangerine, или Къщата с мандарините, е една мечта за дом, заобиколен от мандаринова горичка, ухаеща на лобимите ни цитрусови нотки и напомняща за безгрижие. Голям принос за популяризирането на бранда имат известни българки като Деси Цонева, Андреа Банда Банда, Мона Гочев и още много прекрасни дами, които се припознаха в Maison Tangerine.

Производството ни е базирано в София и в с. Корница, област Благоевград. Хората, които работят при нас, са нашето второ семейство - голяма част от тях са заедно с нас от над 25 години и буквално ме познават от пеленаче. Ето защо всичките ни продукти са изработени с толкова любов и прецизност. Продуктът трябва да носи емоция и затова се стараем всяка поръчка да бъде допълнена с нещо лично - например картичка с послание или дори



някоя мида. Щом отвориш кутията, да усетиш уханье на слънце, лято и море.

Онлайн търговията

Всички говорят колко е лесно и приятно да продаваш онлайн, но аз не подкрепям напъно тази теза. Клиентът никога досега не е бил толкова претоварен с предложения и презадоволен. Да не говорим за модните конгломерати за бърза мода, които заливат пазара ежеседмично с нови и нови допълнения. Затова ние се спряхме на концепцията за бавна, но качествена мода, която остава за поколенията. Друг интересен феномен е начинът, по който различните поколения пазаруват. Милениалите отварят Инстаграм и са готови за покупки, а по-възрастното поколение има нужда от уебсайт, дори от физическа локация. По тази причина се доверих на няколко обекта в страната, в които продуктите ни може да бъдат докоснати и пробвани. Разработихме и онлайн магазин.

Onum

През времето на социалната изолация се записах на серия от онлайн маркетингови курсове, а после наградих с обучения по предприемачество и лидерство на Diane Von Furstenberg и Anna Wintour. В началото, преди още да имам идея за нещо свое, опитвах нови стратегии и похвати в социалните профили на бранда на моята майка.

Пазарите

Българският пазар е интересно място за развитие и старт. Той е малък, но потребителят е много прецизен и възиска-

телен в избора си. Българският купувач е донякъде разочарован от нискокачествените продукти, заливащи пазара, затова подхождаме с голямо внимание към всеки детайл. През тази година разширяваме своите пазари на Балканите. Смятаме, че тези страни са подценени като пазар, а крият големи възможности за успех. Политиката ни е прагматична - залагаме на капсулни висококачествени продукти на достъпни за съответния пазар цени.

Кризите като двигател

Опитахме да погледнем на пандемията от по-различна перспектива и се ориентирахме към неизлизаци от мода продукти, което се оказа печеливша стратегия. В това трудно време хората имаха нужда от бяство от реалността и пътуванията до топли страни се увеличиха рязко, откъдето посред зима идваха покупки на всичко, свързано с лятото. Тази година взехме решението да увеличим цената на нашите продукти, с единствената цел да можем да се справим с високите цени на тока и да предоставим еквивалентни на европейските стандарти работни условия и заплати на нашите служители.

Бизнес с кауза

Да правиш добро, е неизменен човешки дълг. Затова всяка продажба допринася за каузата на нашата благотворителна организация Charity by M.T., която поема ангажиранта да засажда дървета в различни региони на България с цел да понижи отрицателния ефект на текстилната промишленост върху природата. Първата акция планираме за началото на лятото на 2022 г. Надяваме се, че ще се видим там. 🌱



Бижута от ШОКОЛАД

**ПАВЕЛ ПАВЛОВ
И ДАРИЯ
РУСАНОВА**
ЖИВЕЯТ МЕЧТАТА СИ
ДА СА ПРЕДПРИЕМАЧИ
И ИНОВАТОРИ В ТОВА,
КОЕТО ПРАВЯТ

Тони Григорова

Имаме мечти, те се сбъдват и вече живеем мечтата си да развиваме шоколадов бизнес, а това е само началото, казват Дария Русанова и Павел Павлов. През октомври 2021 г. двамата стартираха своето общо предприемаческо начинание в България под бранда La Feve. Ето как шоколадът ги намира и събира:

„Шоколадът ме откри. Аз съм готвач, дори не и сладкар, но в последните пет години се насочих към сладките изкушения. Колега ми беше показал някои неща и постепенно пред мен се отвори този път, защото явно притежавам онази прецизност, която е важна в сладкарството. Там се открихна

врата и се харесахме с шоколада“, разказва Павел. Сладкарството се отдава на малко хора и има неписано правило, че от всеки човек може да направиш готвач, но не всеки може да стане сладкар. Павел забелязва, че добрите сладкари са много търсени и на пазара има незапълнена ниша. После намира своя продукт – шоколада, и своето поле за творческа изява. И когато вече е сигурен в това, се впуска в приключението да развива собствен бизнес. Работата в готварството го е научила да съчетава и да балансира вкусовете, което има решаващо значение в производството на бутикови изделия.

Среца

Павел Павлов е работил в Холандия, САЩ и най-бързо в Норвегия, където е демонстрирал уменията си и в ресторанти със звезди „Мишелн“. Той е единственият чужденец, член на норвежкия кулинарен отбор. През 2016 г. участва в Световната кулинарна олимпиада в Ерфурт и се класира на четвърто място в света. В тази скандинавска държава открива страстта си към сладкарството. Там той създава и започва да развива бранда La Feve, което в превод от френски е какаово зърно.

Дария е завършила хотелски и ресторантьорски мениджмънт. В Русе имали собствено заведение, в което забелязали цялостен интерес към сладкарските изделия по домашни рецепти. Записала се на курс и тогава сладкарството я погълнало. После преминала през други обучения и постепенно професионализиращо заведение. Впуснала се да прави бутикови торти. Но била поканена на демонстрация на шоколад и там тя си пожелала някои ден да прави само това. Когато на курс по шоколатерство се запознават с Павел, той все още работи в Норвегия, но започнали да се шегуват, че заедно ще правят бизнес. И... шоколадът ги събрал в момент, в който и двамата били сигурни, че вече могат да работят и да експериментират с този деликатен продукт. Идеята за перфектно балансираната хапка шоколад е накарала и



Павел Павлов и
Дария Русанова



Камъкът си тежи на мястото

Във всяка страна имаш позитиви, но и негативи, твърди Павел Павлов. Близките му са в Норвегия и продължават да са там, а той избрал да се върне при своите корени в България. „Ако можеш да допринесеш за пазара с нов и интересен продукт – направи го. В началото на предприемаческия си път на всеки му се иска да постигне висок резултат, но успява онзи, който постави нещата така, че бизнесът да не му стане скучен поради еднообразие. Обичаш ли работата си, пред теб ще се разкрият нови и нови възможности. И най-хубаво е, ако правиш всичко това на родна почва.“ Павел вече е убеден, че за него няма обратен път към Норвегия.

двата да изминат такъв дълъг път в търсенята. Сега има хора, които казват, че всеки техен бонбон е толкова красив, че не смеят да го изядат. Но се надяват да нямат само такива клиенти, макар стремежът им е да създават ядливи „бижути“.

Правилните решения

Когато отворят този общ бизнес на 1 октомври 2021 г., с изненада установяват какъв „глад“ има на пазара за висококачествен продукт от какао. Екипът засега е само от петима души, в това число двамата основатели. Справят се предимно сами с маркетинга и дизайна, но имат и приятелска подкрепа от хора, водени от желанието този тандем да успее в шоколадовата си мечта. В бизнеса не всичко е по мед и масло, защото: „Идеята ни е да се посветим на онова, което най-добре умеем, и в него да даваме всичко от себе си. Тогава правилните хора ще ни оценят и ще ни намерят. Но живеем в несигурни времена, цените растат и е нужна много гъвкавост. Във всяка ситуация предприемачът трябва да умее добре да си прави сметката и да взема правилните решения“.

Смело напред

Ръчно изработеният шоколад е скъп по много причини. Бутиковото производство има своите особености – например времеемкост и прецизност към всеки детайл. Шоколадът, с който La Feve работят, е на цена, на която всеки друг по света го купува. Суровините и машините, които използват, са вносни. „Само трудът и умът са български“, уточнява Дария. La Feve са мотивирани да правят всичко на световно ниво, като първо са вперили взор в българския пазар и целта им е „шоколадовите бижути“ да са достъпни, за да може по-късно да разширят продажбите, като излязат отвъд пределите на страната. Искат да променят представата за шоколада и затова внасят разнообразие и



приемачи нямат План Б и не са имали. В тандем продължават напред въпреки многото неизвестни: „Каквото има да става, то ще стане. Но ако човек се страхува и не опитва, никога в нищо няма да успее“.

Труд и постоянство

Когато стартират съвместния бизнес, Павел се изненадва от много реалности в България, но постоянно чувал, че „Тука е така“. Дватама с Дария решават да покажат, че нещата може да стават и по друг начин. И го правят. В самото начало си пожелали да имат много работа и

вече са я получили. Поръчките ваят, особено преди големи празници като Коледа, Свети Валентин, Великден. И затова сега казват: „Внимавай какво си пожелаваш“. Мечтата изисква много труд и постоянство. Но пък какво по-хубаво от това да живееш в мечтата си... ☺

свежест със своите плодови деликатеси, а и със своята иновативност. Цените на всичко се покачват, но Павел и Дария продължават да са смели в начинанието си. Вярват в своя продукт, харесват бонбоните, които правят, и са убедени, че те имат свое място на пазара. Дватама пред-

Да владееш световните пазари с традиция и постоянство

КАЧЕСТВЕНИТЕ ПРОДУКТИ, НАМИРАЩИ ВЕРНИЯ ПЪТ КЪМ ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, НАДЖИВЯВАТ ХОРАТА, КОИТО НЯКОГА СА ГИ СЪЗДАЛИ

✍ **Георги Георгиев**

Брандове на 110, на 132 и на 160 години. Едни провължават да са притежание на семейни компании, други са минали през сливания, придобивания и имат поредния нов собственик. Хората и пазарите се променят. За да оцелее една марка и да се

развива в такъв голям период от време, зад нея трябва да стоят визионери, готови да рискуват, но и да остават верни на традицията. Бисквитки, шотландско уиски и кубински ром... Хората са минавали през какви ли не житейски превратности, но тези продукти и днес присъстват на трапезата на нашите съвременници.

OREO на 110

За вековния юбилей на Оreo преди 10 години рекламният екип, който стои зад инициативата, решава да организира не просто парти, а търси начини да раздвижи хората и да свърже феновете с „моментите на детското чудо“. Стогодишнината включва и стартирането на кампанията на Оreo Daily Twist, която според специалисти е поставила нов стандарт за маркетинг в дигиталната ера. През медиите и социалните мрежи Оreo стига до всеки. В България мнозина още помнят привличащата вниманието реклама на слепените бисквитки, в която малко момче показва на баща си как се отлепва, облизва, после се потапя в млякото, след което се изяжда. 10 години по-късно компанията производител посрещна подobaващо рождения ден на Оreo с много настроение, нови продукти с опаковки по 110 грама, свежи решения и редица дигитални предложения, свързани с награди и много емоции.

Оreo е марка бисквитки тип сандвич, слепени с крем. Този иновативен за времето си продукт National Biscuit Company, известна като Nabisco, въвежда и представя за пръв път на 6 март 1912 г. Чрез поредица от корпоративни придобивания, сливания и разделяния, както Nabisco, така и марката Оreo, стават собственост на Mondelez International от 2012 г. Бисквитките Оreo се предлагат в над сто страни и се произвеждат в много разновидности. Оreo е най-продавана марка за бисквити в САЩ и се твърди, че в световен мащаб е лидер по продажби на такъв продукт. Произходът на името „Оreo“ е неизвестен, но има много хипотези, една от тях е, че произлиза от гръцката дума ορεος (oreos), която означава хубав, привлекателен.



160 години BACARDI

На своята 150-а година от създаването си Bacardi зарови капсула на времето, символизираща единството, страстта и напредничавия дух, който продължава да движи компанията, семейството и емблематичната марка ром. Бизнесът се развива и през февруари тази голяма частна компания отпразнува 160 г. динамично присъствие в индустрията на спиртните напитки. Брандът акцентира, че има портфолио от емблематични марки, че разполага с талантиви екипи по целия свят, които аплодират компанията заради нейните инициативи за корпоративна социална отговорност с дух и култура,



ориентирана към семейството. Затова и на много места по света, но и глобално, компанията печели признание като чудесно място за работа и като най-добър работодател.

Семейната компания е основана на 4 февруари 1862 г. в Сантяго де Куба от Дон Фаундо Бакарди Масо, испански търговец на вино, който се е преселил в Куба. Легендарният основател забелязва, че на пазара на спиртни напитки има ниша за първокласен кубински ром. Той започва да експериментира с процеса на дестилация на ром и успява да постигне забележителни резултати. Тръгва с малка дестилерия, но прави своеобразна революция в процеса на приготвяне на ром. Въвежда филтрирането през въглен, отлежаването в бъчви от бял дъб, смята се за създател на първия бял ром. Неговият предприемачески дух, устойчивост и апетит за риск са особено важни за първоначалния успех в бизнеса. Той започва да подписва всяка пратка ром с Bacardi M (Bacardi Massò), а съпругата му Амалия предлага прилепа за лого в знак за семейно единство, късмет и

здраве, след като забелязва цяла колония да виси по гредите на дестилерията.

През годините фамилията показва, че е умение да превръща проблемите в триумф. Когато през 1920 г. в Съединените щати е установен „сух режим“, компанията популяризира Куба като тропическо „бяство“, примамвайки американците да дойдат на острова. Това дава път към успеха в най-трудните времена, които индустрията е виждала. Всъщност зетият на фамилията се оказва бизнес геният. Той започва международна кампания за марката и брандира Куба като роден дом на рома, а Bacardi като царя на всички ромове. Ромът Bacardi и тяхната бира Natuey са споменавани многократно в творчеството на Хемингуей. През 1952 г., когато писателят получава Нобелова награда за литература, от Bacardi му организират пищно парти. Компанията прави и специални фестивали по площадите под наслов „Старецът и марката“ - по аналогия с романа на Хемингуей „Старецът и морето“.

И днес това продължава да е семеен бизнес, начело на който е Фаундо Бакарди.



GLENFIDDICH на 135

Дестилерията Glenfiddich е основана от Уилям Грант през 1886 г., но бутлира своето първо уиски за Коледа през 1887 г. Тя и в наши дни продължава да е собственост на семейството, което я е създадо. През времето на икономическия бум след Втората световна война това сравнително малко предприятие успява да посрещне и да отвърне на огромната конкуренция на по-големите компании. Вместо да разчита на поръчки за доставка на малцово уиски за утвърдените шотландски блендове, както всички останали, през 1963 г. компанията решава да увеличи производството на продукция със собствения си лейбъл. Във време на изключително доминиране на блендираните скочове, това е оценявано като глупост. Тогава се е ширило разбирането, че сингъл мал-

цовите уискита са твърде наситени на аромати за вкуса на чужденците. Този ход обаче изстрелва продажбите на дестилерията, като и до днес тя продължава да има водеща роля. Сред големите предимства на Glenfiddich е, че е единствената дестилерия на шотландско уиски, която използва един източник на натурална вода и това е изворът „Роби Дю“. Собствениците са закупили над 4 800 дека в околността на предприятието и за да защитят чистотата на водните запаси, не се допуска пашата на овце и говеда. Водата влиза директно в дестилерията. Тук се използва само най-добрият ечемик и се прилагат едни и същи процеси, както преди повече от 100 години. Дори медните казани са същите, за да може вкусът да остава непроменен. ①

Предприемачът
от Карлово
показва как
всеотдайно може да
се работи за значими
обществени каузи



ИВАН ГРОЗЕВ

и ходът на модерната индустрия

▲ Георги Георгиев

Има българи, допринесли много за създаването и развитието на индустрията и предприемачеството у нас, на обществената пробуда. Поради голямата дистанция във времето днес за тях се знае малко. Такава личност е роденият в Карлово Иван Грозев (1847-1916). Той е строителен предприемач, индустриалец, фабрикант, председател на Пловдивския окръжен съвет, кмет на Карлово (1879-1883), кмет на София (1894-1895), председател на Софий-

ската търговско-индустриална камара, член на УС на Износно-вносната банка. Съратник на Васил Левски, който по-късно в годините има огромен принос за стопанското развитие на България. Затова някои го наричат Патриарх на българската индустрия.

Образование и опит

Карлово е родно място на Васил Левски, но и на Иван Грозев, който е роден през 1847 г. в големия карловски род Гешови.

Баща му е дребен търговец от Калофер. Вуйчото на момчето забелязва неговия потенциал и го праща да учи на свои разноски във Висшето търговско училище във Виена, тъй като има финансовите възможности за това. Завършва го през 1863 г. и в Пловдив става писар в търговската кантора на Иван Д. Гешов. После учи и във Военната школа в Белград, затова се включва във Втората българска легия в Белград през 1867 г. Но тя бива разпусната от сръбските власти и през 1868 г. Грозев заминава в Галац, Румъния. Не след дълго започва рабо-

та в железницата на индустриалеца барон Морц фон Хириш и в периода 1870-1874 г. участва в изграждането на жп линиите Цариград – Белово и Търново – Ямбол.

Предприемач

През 1875 г. Иван Грозев се жени за Елена Пиронкова от Карлово. През 1876 г. той открива първата вълно-текстилна фабрика в родния си град. Фабриката бива разрушена по време на Руско-турската война през 1877-1878 г. Веднага след Освобождението Иван Грозев започва работа в държавната администрация и става председател на Пловдивския окръжен съвет. В периода 1879-1883 г. е кмет на Карлово. През 1884 г. се насочва към предприемачество с широк спектър от дейности. През същата година наема държавната каменновъглена мина край село Мошино, днес квартал на Перник, и я експлоатира до 1892 г. През 1885 г. основава Българско строително дружество „Иван Грозев и съдружие“, което през 1888 г. завършва железопътната линия Цариброд - София - Вакарел, свързваща столицата на България с Централна Европа и Цариград.

Кмет на София

Иван Грозев е кмет на София от 18 август 1894 до 6 юни 1895 г. Макар да е за кратко на този пост, той дава своя принос за превръщането на столицата в град с европейски облик. През неговия мандат се изгражда паметникът на Васил Левски, като самият Грозев е двигателят на това. В тази една година е построено депото за ремонт на локомотиви и вагони, църквата „Св. Илия“ в Княжево и други важни за столицата обекти.

Широк размах

През 1895 г. Иван Грозев е избран за депутат. През периода 1904-1908 г. става учредител и първи председател на Софийската търговско-индустриална камара, неин приемник е БТПП. След 1906 г. се намесва и в банковия бизнес като акционер и член на УС на Износно-входна банка. Избран е за председател на Осигурително дружество „Балкан“. Участва в изграждането на Пристанцище - Варна. Умира в София на 18 февруари 1916 г. на 69-годишна възраст.

През 2019 г. къщата на този голям индустриалец в центъра на Карлово е откупена от БТПП и възстановена с подкрепата на дарители и на местната власт.



Най-рисковото начинание

Иван Грозев е сред създателите на модерното предприемачество в България в края на XIX век. Важен момент в неговата биография е участието му в първото българско строително дружество, макар то да е просъществувало едва 6 години. Когато се заема с това, Грозев е на 48 години, а стопанският му опит включва една текстилна фабрика с технология по немски образец. През 1883 г. получава първата разрешена от Народното събрание концесия за експлоатация на каменновъглената мина край с. Мошино. През 1885 г. се впуска в най-рисковото начинание на своя живот – построяването на жп линията Цариброд - София - Вакарел. Тази железница е част от международния коридор Виена - Цариград, а построяването ѝ има драматична история. А зад успешно то и изграждане стои името на Иван Грозев.

През XIX век железниците са символ на модернизацията и прогреса. Те имат водеща роля и в строителната политика на България. На 31 януари 1885 г. парламентът окончателно гласува закона за железниците в Княжеството, с който железните пътища са собственост на държавата и се експлоатират от нея, а начинът на построяването им се определя от законодателния орган. По същото време депутатите приемат и закона за направата на жп линията Цариброд - София - Вакарел, в който слагат табан на стойността на линията и тя не може да надвишава 17 млн. лв. Строителството става чрез търг, а в общественото мнение превес има нагла-

сата държавната поръчка да се изпълнява от българско дружество. Иван Грозев успява да убеди още 28 големи търговци и предприемачи заедно да участват в търга. Следват множество перипетии преди и след спечелването на тази поръчка. Договорът е подписан и на 6 юни дружеството организира първата копка. Тържеството започва с молебен в присъствието на княз Александър Батенберг, депутати, министри, висши чиновници. Дружеството дава на високите гости богата почерпка, за която г-р Константин Стоилов отбелязва в дневника си: „Ние всяка работа започваме с веселба, ама да видим!“

Работите не тръгват добре. Първият проблем идва от надценяването на финансовите възможности на инициаторите. През септември е провъзгласено Съединението, следва Сръбско-българската война и към края на 1885 г. строителството на линията спира. В началото на 1886 г. държавната хазна е празна и правителството не може да плаща, но и в тази кризисна ситуация Иван Грозев не се отказва. Насърчаван от едни и хулен от други, той върви напред и постига целта. На 25 октомври 1887 г. в българската столица пристига първият локомотив от Вакарел, осем месеца по-късно между Цариброд - София - Вакарел пътува първият влак. На 31 юли 1888 г. София посреща първия европейски влак, тръгнал от Виена с международни вагони, изпратени от Париж. ☺

РИМСКИТЕ матрони измислиха микрокредитите

Е МАНЦИПАЦИЯТА В
ДРЕВНОСТТА ПРАВИ
ПРОМЯНА В
БАНКОВАТА СИСТЕМА

✦ Мая Петкова –
Константинова

Много аспекти на съвременното общество проследяват своите корени през историята и микрофинансирането не прави изключение. Механизми за отпускане на заеми на по-бедното население са съществували в Европа и Азия под друго наименование още преди хиляди години. По-близо до нашето съвремие, през 1879 г. в Рейнланд, Германия, е реализиран първообразът на съвременната концепция за микрокредитиране. Същият принцип продължава да съществува на Стария континент през целия XX век. Но истинският съвременен модел за микрокредитиране е реализиран в Бангладеш - най-бедната страна от „третия свят“, през 1970 г. За въвеждането на системата за отпускане на малки заеми без реално обезпечение професорът по икономика Мохамед Юнус дори получи Нобелова награда за мир, а въведената от него система за отпускане на кредити става любима идея в световен мащаб в борбата с бедността.

След възобновяването на разкопки в съхранения под вулканичната пепел античен град Помпей, археологическо откритие промени представите ни за банкирането в Античността. Оказа се, че не друг, а римските матрони са „измислили“ микрокредитирането. Сред доказателствата за тяхната изобретателност са две осъществени, намерени сред сребърни съдове в близост до баните Палестра в Помпей. Плочките представляват писмен договор за бизнес сделка между две жени, живели през 61 г. от н.е. На тях



© Wikipedia

Изображение на жена с осъществени плочки и стилус, Национален археологически музей на Неапол (инвентарен номер 9084). Римска фреска от около 50 г., от Помпей, открита през 1760 г. Това е една от най-известните и обичани картини от епохата. Изобразява помпейска жена от висшето общество, богато облечена и с накити, държаща счетоводни документи по онова време

е записано, че освободена жена с името Попея Ноте е взела пари назаем - 1450 сестерции (сребърни месингови монети) от заможната гама Децидия Маргарис. Като обезпечение на този кредит, Попея временно прехвърля собствеността върху двамата от своите роби на кредиторката си.

„Попея Ноте, освободена жена на Приск, се закле, че робите Симплекс и Петрин са нейни и че ги притежава, и

че тези роби не са заложили на никого, нито ги споделя с някой друг“.

И ако Попея не върне заема до следващата година, Децидия Маргарис има право да продаде Симплекс и Петрин на търга за роби, който се провеждал на Форум в Помпей в средата на деня, като по този начин си възстанови отпуснатия кредит. Толкова просто!

Разбира се, римлянките не могли да бъдат банкери или лихвари. Тези професии били официално забранени за тях. И това ограничение било „черешката на тортата“ за „женските правни недръзи“, както пише юристът от втори век Гај. През Античността римлянките не могли да се занимават самостоятелно с финансови дейности. Точно както и на децата, техни мъже - настоящи били предимно бащата или съпругът им, които действали от тяхно име. И въпреки че жените могли да притежават имущество, за да се разпореждат с него, било необходимо съгласието на настоящия им. Така на теория жените не могли сами да купуват





Руините на древен Помпей и Везувий в далечината

или продават нищо значимо, не могли и да поемат финансови задължения, нито да освобождават някого другичко от тях.

Но вече знаем, че са го правели! И в случай, че кредитът не бил върнат навреме, бъдете сигурни, че кредиторките са взимали своето в плът, понякога и буквално.

Тъй като в онези времена парите и бижутата били свободно обменяни, тези микрозаеми „прескачали“ необходимостта да бъдат одобрени от настойниците на жените, и следователно не били обект на законови формалности. Капиталът на кредиторката генерално само задължения към кредитополучателката, така че заемодателката също избягвала законната намеса на своя настойник. Измисленият от античните римски дами бизнес модел имал характеристиките на това, което познаваме днес като микрокредит - позволявал на жените да се радват на известна свобода на действие, като избягвали забраната, предвидена от върховенството на античното законодателство.

Създадената от римските жени система за микрокредитиране се разкрива пред нас от различни писмени източници. Написи-графити, восъчни или глинени таблетки и епиграфи отразяват договорени финансови трансакции, осъществявани между жени.

Съществуването на „женската система за микрокредитиране“ се потвърждава и от писмени доказателства, намерени в Къщата на Гранио в Помпей. Те отразяват финансови трансакции, извършени между жени. До нас достига името на Фаустила от Помпей, от чиито записи разбираме, че за обичайния заем от между 15-20 денара (сребърни монети, всяка със стойност 4 сестерции), лихвата била от 3% на месец до 45% годишно. Условия, по-тежки от тези на съвременните кредитни карти. Тази дама извършвала услуги, подобни на лихварството или на заложените къщи, които познаваме днес. Фаустила, както и другите богати матрони, приемала като обезпечение чрез джиро само лични вещи - бижута, платове или кожени палта - все

предмети, чиято стойност оставала непроменена и не намалявала. В къщата, която тя обитавала, изследователски екип открил множество записи за правните сделки, сключени между нея и други жени. Тези антични „кредитни досиета“ разказват историята на различни жени, които хитро са прескачали юридическите забрани и са получавали известна финансова независимост.

В заключение, изследователите стигат до извода, че сключваните сделки между жените за отпусканите заеми били напълно законни, тъй като парите са били заменяема стока и следователно не подлежала на формалности.

Накратко - римските жени са „измислили“ и приложили съвременната концепция за микрокредит като заем на малки суми срещу залог на лично имущество. По този начин именно правните ограничения, от които страдали жените в древен Рим, се превръщат в катализатора, довел до консолидиране на системата за микрокредитиране. ①

• КОЛЕКЦИОНЕР •

В КРАЯ НА МАЙ ЗА
МАЙСТОРСКИ КЛАС
В СОФИЯ ИДВА ЯН
ГЛОЖИК – ЕДИН ОТ НАЙ-
ИЗВЕСТНИТЕ ПРЕДСТАВИТЕЛИ
НА КОВАЧИЧКАТА ШКОЛА

*Николай Стоев, България,
маслени бои на платно,
В очакване на Коледа*



Наивна ли е инвестицията в АРТ НАИВ



Тито Лукавече, Испания, маслени бои на платно, Антракт в операта

✍ **Георги Аспарухов**

*„Изкуството не е това, което виждаш, а това,
което караш другите да виждат...“*

Едгар Дега

Вероятно често сте чували, че мнозина наричат хората на изкуството „наивници“. Нищо чудно вие самите да ги смятате за такива. Но не пропускайте, че има и случаи, в които изкуството проявява чудно свойство да генерира циемтна стойност – от емоциите на своите почитатели, от любопитството на начинаещи инвеститори, от стремежа на спекулантите да направят удар и т.н. Най-широко известният скорошен пример за това как изкуството „избухва“ с нови ценови върхове е известен като „Ефектът Банкси“ (The Banksy Effect), кръстен на известния представител на стрийтартта Banksy, чиято творба „Girl with Balloon“ бе продадена през 2018 г. за рекордните малко над 1 млн. паунда, а след нейното „унищожение“ (официалният термин е „арт интервенция“) стана известна като „Love is in the Bin“ и Sotheby’s я изтързува за 18,5 млн. паунда през октомври 2021 г.

Първото предизвикателство пред наивистите е да се преборят с не съвсем утвърждаващата коно-



Чезаре Нови, Италия, маслени бои на борд, Два различни начина на живот

мация, която носи названието на тяхното течение в изкуството. Често наричат това течение и „примитивизъм“, което навява на отминали времена. Едва ли може да има по-абсурдна връзка между една спорна конотация и проявлението на самия наив. Той е подчертано емоционален и спонтанен, защото художниците и скулпторите-наивисти са хора, които най-често нямат академично образование. Творбите им приличат на илюстрации за книги с приказки, а в картините много често има „разказ“ – точно като приказка, която дете разказва, без да я разбира буквално и напълно, но придавайки ѝ неповторим смисъл. Картините носят настроение и често изобразяват близост и общност, която е характеристика и на новото измерение в материалния свят, в който живеем – споделената икономика. Едно от нейните проявления е възникването и устойчивото съществуване на арт кооперативи – най-често общности, чрез които творците споделят финансови и други ресурси, за да намалят своята издръжка, да привлекат по-широка публика, заинтересована да купува, да организират общи изложби и др. Това е и съвременният формат на действие на Ковачичката наив школа, която е обявена от правителството на Република Сърбия за национален приоритет. Кооперативът поддържа музей, който годишно се посещава от над 12 хиляди души. Страните от постюгославското пространство са един от основните центрове на европейския арт наив. Хърватска е домът на Хлебинската школа и на творческата група „Zemlja“, а картина на един от най-известните представители на първата – Иван Генералич – наскоро постигна висини за наивистично произведение, продавайки се на пяр в Швейцария за 38

хил. швейцарски франка, при прогноза за сделя при едва 5 хил. евро.

В края на май в България ще се проведе майсторски клас, воден от Ян Гложик – най-видния жив представител на Ковачичката школа. Благодарение на финансовото съдействие от Национален фонд „Култура“ класът ще бъде безплатен и в него са заявили участие както по-утвърдени имена в българския наивизъм, така и начинаещи автори. Творбите ще бъдат изложени пред публика по време на Втория международен салон НАИВ България, който ще се проведе последователно в София (1-12 юни в галерия „Нова Арт Спейс“), а в периода 16 август-5 септември ще гостуват в Градската галерия във Варна.

Другата добра новина за наивистите и тяхното изкуство е, че започва обръщане на една „зависимост по подраждане“ – творбите на живи творци да струват по-малко от тези на починалите. Все по-често цените на арт наив произведения на живи творци надхвърлят тези на загиналите във времето колекции на починали автори. Ако можем да си позволим едно фриволно сравнение с полето на инвестициите – интересът към „фючърсите“ на даден художник, скулптор или дигитален търформър дават повод за оптимизъм.

В общия случай инвестициите в изкуство се характеризират като нисколиквидни и алтернативни, а пазарът на изкуство често се разминава със случващото се на финансовите пазари. Тази характеристика прави произведенията на изкуството алтернатива на други инструменти, използвани за хеджиране на инвестиционния риск. Нещо повече, теорията за инвестициите в изкуство гласи, че инвестицията си струва, ако инвеститорът

може да извлече и емоционална полза от своето притежание.

Също както и останалите сфери в съвременното общество, инвестициите в изкуство не са подминати от дигиталната революция. Т.нар. Non-fungible token (NFT) са дигитални активи, използващи блокчейн технология, чрез която може да се придобие дадено произведение – картина, музика, видео-инсталация и др. NFT бързо набират популярност и цените на тързуваните по този начин произведения растат значително през 2021 г., а прогнозите са, че в близко бъдеще ще формират алтернативен пазар на изкуство със значителен обем. Пак през м.г. бяха сключени и сделки с NFT от институционални инвеститори, което значително повишава доверието в тях. За творците, използващи този подход за тързуване на произведенията си, това създава нови възможности и достъп до много по-различна от досегашната им аудитория. Михаел Винкелман, по-известен в творческите среди с псевдонима си Beeple (Michael 'Beeple' Winkelman) е сред творците-пионери в продажбата на NFT, като колажисте му, озаглавени Everyday: the First 5000 Days, се продават за 69,4 млн. долара през март 2021 г. Това е и първата изцяло NFT творба, продадена от Christie's. Картините и видео скулптурите на Beeple са на границата между изразните средства на наивизма и поетиката на фантасмагорията.

Перспективата на предизвикателствата и възможностите за инвестиции в изкуство в България е далеч по-скромна и ризижна, пазарът е лимитиран и обременен от малкия обем и от факта, че мнозинството от българските творци са непознати за европейската и световната публика. Българската колекционерска общност е наясно с тази ситуация, но въпреки това интересът към инвестициите в изкуството показва устойчива тенденция. Това съчетане и данните от изследване за нагласите към стила наив в България, проведено в края на 2021 и началото на 2022 г., подпомогнато от НФК, целящо да проучи и систематизира възможностите за развиване на споделени проекти между художниците наивисти чрез срещане на очакванията на българската публика. Основните заключения показват, че потенциалните купувачи на наивистични произведения принадлежат към градското население, предимно с образование над средното и имащи средни до високи доходи. Готовността да се плати за творба от стила варира от няколко стотин до няколко хиляди евро. Почитателите на арт наив имат средно по 6 картини в дома си и попадат в по-млада възрастова група (33-48 години), в сравнение със средната възраст за всички стилове изобразително изкуство. За разлика от другите видове изкуство, които се купуват предимно за подарък, в покупките на наивистични творби преобладават такива за собствена консумация. ①

АРТ

сътворения





ХУДОЖНИКЪТ ДОНЧО ДОНЧЕВ ИЗПОЛЗВА ПЛАТФОРМАТА KICKSTARTER И НАБРА ФИНАНСИРАНЕТО НА СПЕЦИАЛНА КОЛЕКЦИЯ КАРТИ ЗА ИГРА



Татяна Явашева

Търсенето е водешо, не искам да се ограничавам в една насока и да стоя в нея. Затова портретите, картите, илюстрациите, рисуването пред публика повдигат високо табана на ограниченията. Това казва художникът Дончо Дончев, който има по-голяма известност в чужбина, отколкото у нас. Той предизвиква силен интерес с изложбата и със срещите си на живо в Националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“, която му предостави през целия месец март 2022-ра своето Централно фоайе.

Завой

Книгата #Persona Satyrica е албум със 101 рисунки на известни личности и текст на автора Дончо Дончев. Издадена е в края на 2020 г. Личният момент при създаването на това произведение е свързан с трудностите, през които художникът преминава, след като получава контузия на дясната си ръка. Имал е съмнения дали ще може отново да рисува по същия начин. Започва с молив в опитите да възвърне предишната си сръчност и в продължение на година прави този албум. Графичната новела започва от Сътворението и през времето върви диалог с различни именити личности, докато се стигне до Страшния съд. На корицата е Федерико Фелини с „Животът е прекрасен“.

Път

Дончо Дончев е завършил живопис във Великотърновския университет, преди това е учил в Художественото училище в Трявна. Има над 20 самостоятелни изложби, както и няколко пърформанса с музика на живо. Работил е за киноиндустрията, правил е анимация, след което поема по свой път в този глобален свят с много възможности.

Карти за игра

В картите е закодирана дълбока символика – спатията се асоциира с войната и разрухата, карото е благосъстояние, плодородие и богатство, пицата е смъртта, купата е любов. Картите са негова любима тема и от доста години се е свързал с тях. Има създадени митологични и сатирични серии. Политически темата карти запечатват определен исторически период с неговите послания. Дончо Дончев успя да изненада ценителите на изкуството с атрактивната инсталация на карти с ликовите на световни художници, която показа в Националната библиотека. Тя е с кинетични установки и така допълва представата за симбиоза между слово, картина и движение. За да издаде тази колекция като тесне за игра, използва краудфъндинг платформата Kickstarter и успя да набере нужното финансиране.

Изложби

Реализира множество проекти в чужбина. В ЦЕРН, Швейцария, е имал две изложби – през 2016 г. и през 2018 г., а сега съвместно с проф. Леандър Литов подготвя третата си поява. Темите, по които учениците работят в Големия адронен ускорител, са сходни с тези, които вълнуват и самия него като художник. Тайните на живота и Сътворението присъстват в творчеството му. През Юли Музеят за история на София ще бъде домакин на следващата му изложба в София.

С поглед напред

На прага сме на нов свят и не бива след 20-30 години хората да спрат да се интересуват от шедеврите на световното културно наследство. Виртуалната реалност и дигитализацията променят естетическия вкус на обществото, смята Дончев. И предупреждава: Ако светът стане студен и затворен, изкуството ще изгуби своята роля. ☹



Аромат на лято с ментов МИКС

VP BRANDS INTERNATIONAL „ОСВЕЖАВА“ ПАЗАРА НА НИСКОАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ С ПЪРВИЯ СИ ПРОДУКТ В READY TO DRINK КАТЕГОРИЯТА

Водещият производител на алкохол и вино в България VP Brands International отваря следваща глава в корпоративната си история, като навлиза в изцяло нова пазарна категория. Компанията, позната като лидер в сегментите уиски, ракия, водка, мастика, пусна на пазара първия си нискоалкохолен готов за пиене микс тази пролет. Той е на основата на любимата лятна напитка – „Мента Пещера“, и се предлага в 330-милилитрови кенчета. Продуктите се продават вече в магазините с два вкуса – Fresh Lime и Bitter Soda. Те са с алкохолно съдържание от 4,5% алк. об. Очаква се иновацията в портфолиото на най-продаваната зелена напитка да се реализира и на външни пазари.

Нискоалкохолните миксове са в категорията на така наречените Ready to Drink напитки. Идеята за свежите попълнения в портфолиото на „Мента Пещера“ е проектирана от все по-големия потенциал на тази пазарна ниша, която расте с двуцифрен темп. Очаква се тази скорост да се запази и в следващите години и да привлече още инвестиции и марки, смятат от VP Brands International. Причина за това са самите потребители – те търсят по-леки алтернативи на твърдия алкохол, пред-

лагаци освежаване и по-малко алкохолно съдържание. Друго предимство на миксовете в кенче е удобната форма за on the go консумация – т.е. да имаш възможност да изпиеш нещо свежо и леко не само въкъди или в забавление.

Горещо лято за пазара на освежаващи напитки

„Мента Пещера“ е лидер в своята категория и безспорен символ на летните напитки. Ментата традиционно се пие в активния летен сезон, асоциира се с консумация навън и най-често се съчетава с газирани напитки. Така че предлагането на готов нискоалкохолен микс ще улесни консуматора, като му даде възможност да се наслаждава на продукта без значение къде се намира, смятат от компанията собственик на марката. Основната таргет група на ментата в кенче са активните хора между 18-30 години, от големите градове, със средни и високи доходи, като за тяхното привличане ще трябва да се пребори за дял от консумацията им с големи и установени категории като сайдерите, раглерите и бирите.

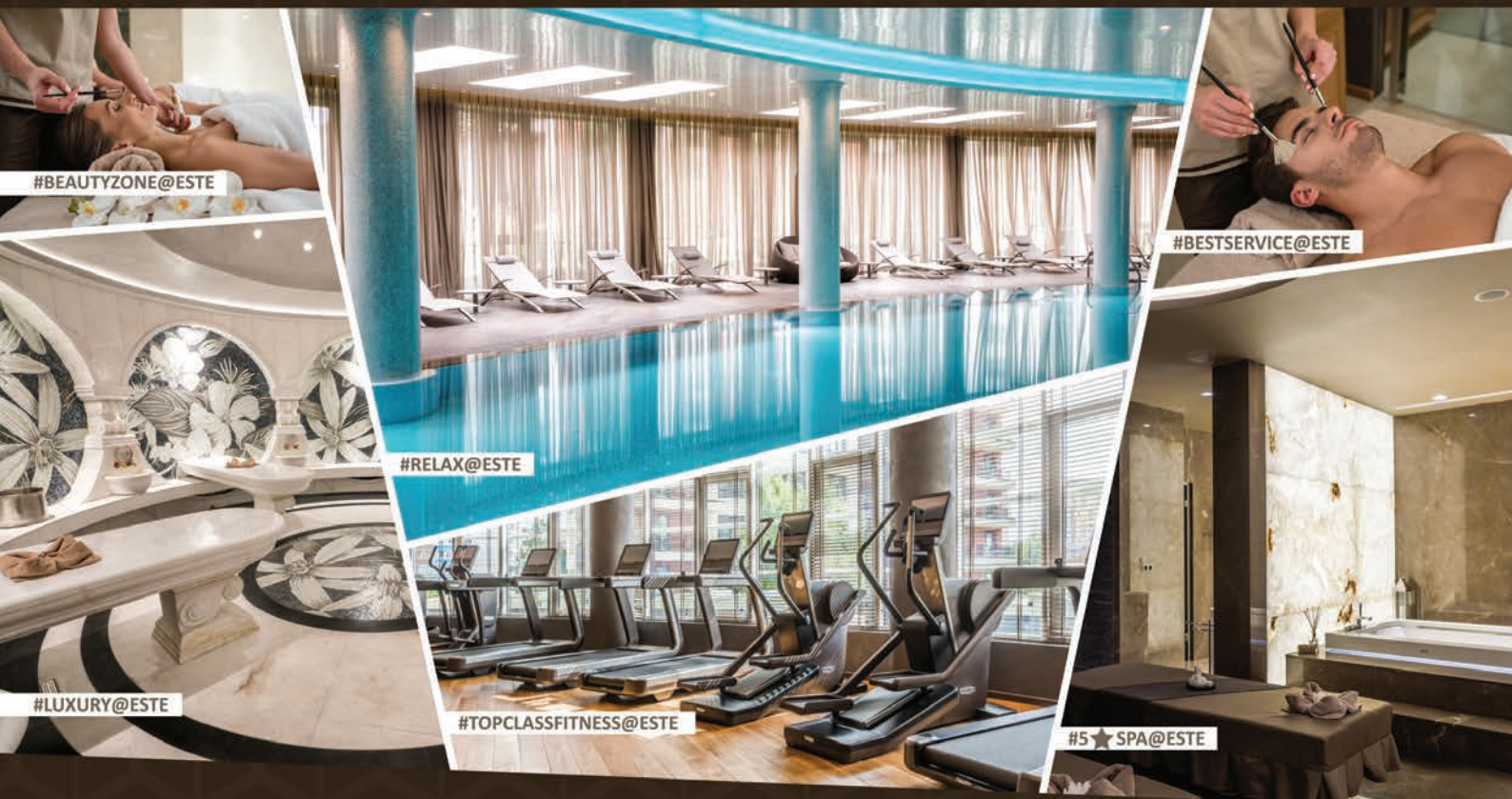
Продуктът се произвежда и бутилира в

България, което превръща VP Brands International в първата българска компания, производител на високоалкохолни напитки, която навлиза на пазара на готови миксове, базирани на алкохол (Spirits based RTD).

Да си първи не е достатъчно

„Преди близо 20 години, когато решихме да наложим гроздова ракия „Пещерска“ в национален мащаб и за първи път да инвестираме в модерна маркетингова кампания и търговска сила, много хора ни казаха, че това е извънредно труден процес. Е, доказахме, че е възможно. Така че смело мога да кажа, че обичаме да сме първи. Но да си сред лидерите, не трябва да те успокоява – напротив, трябва да гледаш не просто да увеличаваш продажбите там, където можеш, а да усвояваш потенциала на неразработения пазар. Така логично дойде планът за създаване и налагане на нискоалкохолните продукти. Вярвам, че те ще повторят успехите ни в други категории като водка, ракия, уиски, мента, мастика и т.н. И ще се превърнат в генератор на устойчив ръст за компанията не само на вътрешния пазар, но и на международен“, сподели изпълнителният директор на VP Brands International Иван Паназов, който е начело на компанията от самото ѝ създаване. ☺

Este
FITNESS & SPA



Магията на СПА...

www.estespa.bg



САРДИНИЯ

остров с древно лице

И ДОСТА
ЕКЗОТИЧНИ
КУЛИНАРНИ
ИЗНЕНАДИ

✍ Цветозар Йолов

Аз не бих препоръчал да посетите Сардиния през април, но на мен така ми се случи. Пак ще ви хареса, но ако отидете с идеята там за ранен старт на плажния сезон, ще се разочаровате. Другият проблем е, че богатото фолклорно наследство на региона се излага на показ в много от градските традиционни фестивали, които са предимно през месец май.

Затова пък ако отидете през април, ще се чувствате като един от тези пионери на приключенията, защото ще избегнете туристическите тълпи. Също така ще от-

криете, че този италиански остров е цял малък свят, сам по себе си. Даже не би трябвало да го наричам италиански остров, тъй като исторически е бил наистина собствена цивилизация, със собствен език, различен от италианския, и казват - най-близкия до класическия латински на дребните римляни.

Много завоеватели са минали през Сардиния, всеки е оставил своя отпечатък и това допринася за многообразието там. Също така и априлският климат. За една седмица усетих топло слънце, силен вятър, непрестанен дъжд, а в един от дните имаше новина и за сняг в най-планинската част на острова.



Въпреки че Сардиния стои (заедно с Корсика) в средата на Средиземно море, интересното е, че е била населена от древни праисторически времена, и на всеки няколко епохи са се сменяли завоевателите. Затова и местните имат поговорката, че нищо добро не идва от морето, освен риба.

Ако искате да се докоснете до сърцето на автентичната Сардиния обаче, е добре да се насочите към вътрешността на острова. Там ще откриете например мистериозните руини на цивилизацията Нураги, която датира от бронзовата епоха. Ето това си е Сардиния, преди да дойдат раз-

ните чужди нашественици.

Казват, че на острова има между 7 и 8 хиляди такива руини и останки от тази цивилизация. Препоръчвам да посетите тази, която се намира край село Барумини и се нарича Su Nuraxi (Су Нуражи) – обявена за културен паметник от ЮНЕСКО. Цената на билета включва личен гуд, който ще ви разведе из коридорите, стаите, нишите и етажите на праисторическия замък, който е чудесен пример за строеж без спойка, наречен thollos. Тоест големи базалтови камъни са наредени като пъзел, така че да оформят конус или купол. Извън Сардиния единствено може да видите

такова антично строителство в Микена (Гърция).

Със същия билет можете да посетите и музей, който се намира на 300 метра, и където ще ви покажат макет на замъка в цялата му красота и съвършенство с неговите пет кули. Той е строен много преди да е имало замъци в Европа.

Ако продължите още по на север и на изток във вътрешността на острова, ще стигнете и до най-планинската му и сурова част. Там, в провинцията Нуоро, винаги е била земя на овчари, ловци, бандити, вендета и все такива неща, които човек свързва изконно с традициите на Сардиния.

• ПЪТЕШЕСТВИЕ •

ния. Не е и чудно, че тази област се казва Барбаджа (от думата „варвари“, както римските колонизатори по крайбрежието са наричали местните лодж, живеещи в непристъпната вътрешност). Там беше и мястото, където ден преди моето посещение имаше снеговалежи, а аз „имах късмета“ да го видя само дъждовно и навъсено.

Нямаше възможност за планински туризъм, но градчето предлага достатъчно за любознателните и кулинарно настроените гости. Етнографският музей ще ви покаже нагледно цялата история на Сардиния и най-вече красивите, странни и колоритни местни носии, както мъжки, така и женски. Ако не може да присъствате на един от местните фолклорни фестивали, това е най-добрата алтернатива да се запознаете с местната култура и традиции. Бях впечатлен например от т.нар. matithones, които имат нещо сходно с нашенските кукери, и явно също носят



Пане карасау

традиции от незапомнени времена. Мъже се обличат в костюми от овча вълна и гървени маски, събират се в група, която е насочвана от нещо като „обчар“, който пък е облечен в колоритен костюм и размахва камшик. Цялото нещо символизира навярно борбата на човека да овладее животните и природата. Също така подсказва и за древните традиции в скотовъдството на острова.

За сардинците морето е хубаво само заради рибата, но даже риболовът никога не е бил много разпространен там като поминък. За разлика от това овчарството, козарството и ловът са се считали винаги като традиция.

Попитайте местни хора какво е типичното ястие, и те ще ви кажат печено агне или печено прасенце, никой няма да спомене риба. Аз

бих прибавил и сиренето, и хляба към тази кошница. Защото и двете храни имат типично местни вариации, които другде не можете да опитате.

Типичният хляб се казва „пане карасау“ и се продава навсякъде. Представлява много тънки и много сухи листа тесто, които надиплени заедно напомнят на страници от стар пергамент. Италианците (които не са от острова) даже му казват „музикални партитури“, защото явно на това са го оприличили, когато за първи път са стъпили там като колонизатори.

„Пане карасау“ е супер, защото можеш да го хрупаш просто ей така, но по-традиционно е да се навлажни с вода или бульон и в нещо като лазаня да се залее с доматен сос, настъргано овче сирене пекорино и забулено яйце. Когато се овлажни, хлябът омеква и е повече като паста. Друг начин да се хапне е като се запече във фурна с малко сол и зехтин, наричат го „пане гутиау“



Су Нуражи





Сиренето с червеи casu marzu



Супата със сирене и паста su filindeu

и е по-пристрастяващ (но пък по-здравословен) от чипса.

„Пане карасау“ не е някаква остроумна прищявка, а изобретение по необходимост. Едно време пастирите, които са прекарвали цялото лято в планините със своите стада, са го носели със себе си, защото той може да издържи дълго, без да мухлясва, лек е за носене и само с малко вода се преобразува.

Говорейки за пастири, няма как да пренебрегнем и тематат за сиренето. Сардиния има може би едни от най-странните сирена в света. И всичките навярно са се правили там в продължение на хиляди години. Може би дори хората, които са живели в нурагите, са яли точно тях, а и „пане карасау“.

Едното сирене се казва callu de crabettu, а приготвянето му е леко зловещо - малко козле, което се е насукало с мляко, е убивано за месо, а неговият стомах е изваден, както е пълен с млякото. Млякото в стомаха се съсирва по естествен начин, а си има и своята естествена странна опаковка. Още по-екзотично обаче е сиренето casu marzu. На сардински език това означава „развалено сирене“ и името не лъже. Това буквално е овче сирене, което във вътрешността си е проядено от червейчета на мухи. Това сирене няма да намерите в магазин. Трябва да откриете фермер или овчар, които го произвеждат в домашни условия, тъй като производството и продажбата му са официално забранени според европейските

регулации за безопасност на храните.

Традицията там е то да се хапва направо с червейчетата, които, уплашени от светлината, направо подскочат. Самите ларви преобразуват вкуса и текстурата на сиренето, правейки я кремообразна и пикантна. Разбира се, не всеки би имал „стомаха“ да изпробва този „деликатес“. Но пък ако не сте приключенски настроени, в магазината продават сирене, което ми описаха като „фалшиво“ casu marzu, тоест произведено без помощта на червеи. Продавачката твърдеше, че вкусът наподобява този на истинското, и беше вкусно, но не мога да твърдя дали е права, тъй като нямах възможност да опитам оригинала.

Също като „пане карасау“, това сирене не е някаква самоцелна местна прищявка, а най-вероятно е възникнало, след като истинско сирене, оставено да зрее, е било нападнато от мухи в древни времена.

Прег възможността или да умрат от глад, или да хапнат от разваленото сирене, хората явно са предпочели второто, откривайки в процеса, че вкусът му всъщност явно не е толкова лош. И така се е зародила традицията, която в днешно време оцелява, въпреки официалните забрани, така както българите сигурно няма да спрат да варят собствена ракия въщици.

Нуоро предлага и още едно кулинарно съкровище за гастроцентели. На пръв поглед минималистичната супа със сирене и паста su filindeu няма да ви накара да си помислите, че са ви сервирали нещо специално. Но това е ястие със своя собствена история, а тънкото решетъчно фице има честта да е обявено за най-рядката (в смисъл най-трудна за намиране) паста в Италия. Това се дължи на факта, че се прави само на ръка, и то само

една-единствена жена знае как да я приготвя. Това ястие традиционно се е сервирало само два пъти в годината на поклонници, които са правели нощен поход, за да почетат местен религиозен празник. За щастие, днес някои ресторанти в Нуоро сервират супата целогодишно, но това си остава единственото място на света, където може да я опитате. За мое щастие, навън беше студена, дългова на нощ, така че топла супичка със сирене и необикновена паста, както и чаша от местното вино Канонау, си бяха перфектният аккомпанемент към това сардинско преживяване. ☺



Мамутонес

Нови книги от **Сиела**

„Стопанските абсурди на българския комунизъм: Интимната изповед на ДС за икономиката“

от проф. Вили Лилков

Мащабното изследване „Стопанските абсурди на българския комунизъм: Интимната изповед на ДС за икономиката“, с преговор от бившия министър-председател на България Иван Костов, прави прецизна и подробна дисекция на стопанската политика на комунистическия режим в документите на ДС и други органи на властта.

Проф. Вили Лилков обобщава и информацията от отчетите на БНБ, които дълги години са недостъпни, разсекретените анализи и доклади на ръководителите на ДС и МВР и признанията на членовете на комунистическата номенклатура след 1989 г. Те безкомпромисно разбиват митовете на комунистическата пропаганда за цветущото състояние на икономиката в НРБ и показват истинското лице на разрухата, която БКП оставя след себе си.

„Към себе си“

от Марк Аврелий

Като поддръжник на стоическата философия Марк Аврелий помества в един от най-великите текстове на древния свят – „Към себе си“ – поредица от забележителни духовни упражнения – напомняния, предназначени да го направят смирен, търпелив, съпричастен, щедър; да му помогнат да разбере себе си и да осмисли Вселената.

Прозренията на автора, вероятно записани по време на военни кампании, се превръщат в едно от най-великите философски произведения: вечен сборник, станал задължително четиво за държавници и мислители през вековете.



„Троловете на Путин“

от Йесика Аро

В „Троловете на Путин“ финландската журналистка Йесика Аро разказва своя опит в конфликтите с тролове, довел до заплахи за живота ѝ и принудил я да напусне родната си страна. Описани са редица фронтове на информационната война с Русия, още от времето на цветните революции в Източна Европа, през скандала със Сергей Магнитски и прословутия закон „Магнитски“, руската намеса в избирането на Доналд Тръмп, превземането на Крим и Донбас от Русия, свалянето на малайзийския самолет над Украйна и представянето на войната в Украйна като борба с фашизма. Книгата е завършена през 2019 г., но всичко в нея продължава да е актуално и днес на фона на активните кампании на троловете в интернет и публикациите на тайно или явно обвързани с Русия медиуми.



„Кои сме ние и как сме стигнали дотук“

от Дейвид Райк

Кои са предците на днешните европейски народи? Как е била заселена Америка? Наистина ли милиони хора днес са преки потомци на Чингиз хан? Отговарят ли на истината традиционните стереотипи за расите и техния произход? Има ли смисъл от все по-популярните генетични тестове за произход?

Това са само някои от хилядите въпроси, на които революцията в човешката генетика успя да отговори поне донякъде през последните две десетилетия. Благодарение на новите методи за изследване на древна и съвременна ДНК, учени като Дейвид Райк помогнаха да се попълнят някои от най-важните липсващи страници в човешката история. ①





Насладете се на комфорт и кулинарни шедеври в градината на Este Restaurant!





NAVIBULGAR[®]
SINCE 1892

