

ИКОНОМИКА

Бъдещето на
сребърния капитал

Барометър
2023

Шампиони в
иновациите



**ВЛАДИМИР ДОКОВ:
ДА БЪДЕШ ЛИДЕР
В ГЛОБАЛНАТА
ИГРАЛНА ИНДУСТРИЯ**

*VLADIMIR DOKOV: TO BE A LEADER
IN THE GLOBAL GAMING INDUSTRY*

ISSN 1314-376X



9 771314 376013



Vaccines

Huvepharma® applies One Health concept to safeguard animal health, investing in the future of vaccines with a new state-of-the-art vaccine production in the city of Razgrad.

The vaccine facility comprises over 13 thousands square meters and is designed according to EU GMP requirements. Huvepharma® offers contract manufacturing services for production as well as the fill and finish of biologicals.

Eco-friendly algal oils

Huvepharma® is your eco-friendly manufacturing partner for algal oils. Specialist in manufacture, extraction and processing of ingredients such as algal Omega 3 DHA/EPA lipids, protein, EPS (exopolysaccharides), ARA (arachidonic acid). Production is environmentally friendly, utilizing waste to energy, reducing the carbon footprint by as much as 50%, non-GMO and using organic extraction methods.

Human and Veterinary Pharmaceuticals

Huvepharma®'s key strengths lie in large scale fermentation, operating one of the largest fermentation sites in the world at 10 000 m³. The company operates 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. Huvepharma®'s products are sold in over 100 countries around the world.



The **MAYOR** .eu

The European Portal for Cities and Citizens





6.....Барометър 2023

16.....Владимир Доков:
Да бъдеш лидер в
глобалната игрална
индустрия
*Vladimir Dokov: To Be A
Leader In The Global
Gaming Industry*

24.....Една спурка преди Шенген

28.....Евро(О)позиция

32.....Легена крипто епоха

38.....Бъдещето на
сребърния капитал

42.....Бързият растеж на
игралната индустрия

46.....Шампиони в иновациите

50.....BESCO и колелото на
предприемачеството



54.....Промяната отвътре -
скрит потенциал
за бизнеса

58.....Дънди Прешъс Металс:
Добиваме част
от металите
на бъдещето

60.....ХОЛДИНГ КЦМ 2000:
Лидер в кръговата
икономика

62.....Новият дом на
NOVA Broadcasting Group
*The new home of
NOVA Broadcasting Group*

68.....Отвъд рамката на
стандартните неща

70.....Майсторски клас за
въдъхващи
презентации



72.....Заслушани в
гласа на
технолозите

74.....Хуауей и грижата
за професионализма

76.....Академия за личности

78.....Елфуел за по-чиста
природа

80.....Как планираме
своето здраве

82.....Крахът на
най-бързия егнороз

86.....Крис Clo -
мистериозният
собственик на Shein

90.....Принципи,
с които да
прескочим отвъд
ограниченията

Действителен собственик: Дарина Тотева Тодорова, 100%

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

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

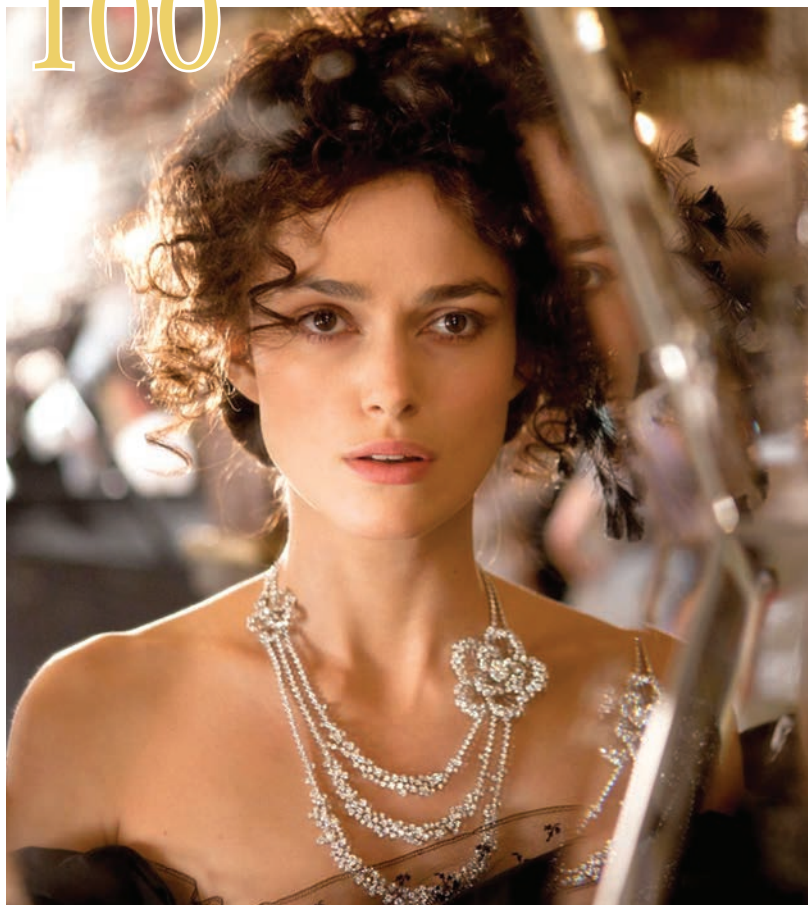
Главен редактор: Невена Мирчева; Счетоводство: София Стрелкова - Гечева

Редактор: Татяна Явашева; Автори: Александър Александров, Мая Цанева

Дизайн: Бранд Медия България ЕООД; Фото: Красимир Свраков

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

100



ИКОНОМИКА lifestyle

- 92.....Да носиш Prada
- 96.....Празнична фиеста с Bridal Fashion
- 98.....Скъпата аз и модата
- 100...Най-скъпите бижута в киното
- 104...„Вила Ямбол“ - между традициите и промяната
- 106...На гости в имението на „Катаржина Естейт“
- 108...Балабанови, Львов мост и мостът към поколенията
- 112...Мисия Здраве
- 114...Нови книги от Суела
- 116...Гашар и неговото БРУТО - НЕТО
- 118...Епур - тайното съкровище на Гърция



*Невена Мирчева,
главен редактор*

ДА ОВЛАДЕЕШ ХАОСА

Всяка нова година идва с нови надежди за по-добър живот. Но реалността често опровергава по-оптимистичните очаквания и донася изпитания и кризи. Точно както се случи през изминалата 2022-ра. Сега, през 2023 година, най-голямото желание на целия свят вероятно е едно - край на войната. С което да се отменят и негативните сценарии за тежките кризи - икономическа, финансова, енергийна и ценова, които дойдоха след конфликта и се очаква да наложат глобална рецесия.

Мениджъри, икономисти и анализатори дават своите прогнози за развитието на възможните сценарии през годината и рецептите си за справяне с предизвикателствата в темата на броя - Барометър 2023. Те всички са наясно с едно - точно в моменти на разместване на пластове те се появяват и големи възможности. Много бизнеси получават шанс с гъвкавост и иновативност да излязат още по-силни от кризите. Доказват го и много български компании.

Безспорен пример е „Евро Геймс Технологжи“, която е сред Топ 5 компании в света в изградната индустрия. Изпълнителният директор Владимир Доков е лицето на първата ни корица за 2023 г. и споделя как се достига този връх в глобалния бизнес.

В последните няколко години на пандемия и кризи се затвърди една максима - трансформацията е най-постоянното нещо. Видяхме как освен негативи, тя носи и своите позитивни ефекти. Да, най-вероятно 2023-а ще е поредната година на купежи и хаос. Но, както казва Оскар Уайлд - без хаоса нищо не може да се развива. Силните владеят хаоса - да се надяваме, че има много сред нас, които могат да го превърнат в добре подреден космос.

Приятно четене!

БАРОМЕТЪР





ОЧАКВАНИЯТА СА, ЧЕ ТУРБУЛЕНЦИИТЕ ПРОДЪЛЖАВАТ. НИКОЙ НЕ ОБЕЩАВА ПОПЪТЕН ВЯТЪР ЗА ИКОНОМИКАТА

✍ **Татяна Явашева**

На прага на всяка нова година се питаме какво ли предстои. След празничните късмети, изпълнили ни с надежда за здраве, нови придобивки и положителни промени, идва времето на истинската реалност, която е шедрa ту на радост и благополучие, ту на големи изпитания и кризи, понякога рязко нагминаващи нашата свързаност в предвижданията на негативни сценарии. И сега се надяваме най-лошото да е вече зад гърба ни и да сме се адаптирали към промяната и нейната постоянна изменчивост.

Астролози

Очаква ни година на съдбоносни събития. Задават се енергийно сложни периоди. Поемаме по мост над бурни води: вълнения на хора, огъване на граници и пропукване на стереотипи, промяна на ценности и идеи. Трансформация - това е синтез от прогнозата на именития Гал Сасон. Картата на света ще продължи да се прекроява. Консолидирането на страните, затварянето и капсулирането с цел физическо и икономическо оцеляване също няма да спре, твърди астроложката Цветелина Каменова. Всеки трябва да е готов за глобални промени - по света абсолютно всичко ще се промени. Хора, които са имали много, ще останат без нищо, а някои, които нямат нищо, в даден момент ще грабнат в ръцете си технологии, възможности, финансови потоци, базирани на електронни системи, посочва Тамара Глоба.

Икономисти

Според прогнозата на Международния валутен фонд глобалната икономика остава изправена пред тежки предизвикателства заради войната в Украйна, криза на разходите за живот, причинена от постоянния и разширяващ се инфлационен натиск, както и от забавянето в Китай. Трите най-

големи икономики - САЩ, Китай и еврозоната, ще продължат да намаляват темпото. Икономическите рани, които бяха само частично излекувани след пандемията, ще се отворят. Най-лошото тепърва предстои и за много хора 2023 г. ще се усети като рецесия, отбелязват от МВФ.

Свързането на инфлацията се оказва по-трудно от очакваното, тъй като ценовият натиск става все по-силен.

Централните банки трябва да бъдат неотстъпчиви, но това едва ли ще е положителен фактор за икономическия растеж, се казва в прогнозата на Международната рейтингова агенция Fitch Ratings.

Кога ще свърши войната в Украйна - това е факторът, който определя всички сценарии за икономиката на Европа през 2023 г. Засега като най-вероятен се смята този, който предвижда





© Pixabay

мека рецесия, коментира Петър Андронов, главен изпълнителен директор в направление „Международни пазари“ на KBC Group. По отношение на прогнозите той казва, че ако преди време е бил предпазлив оптимист с акцент върху оптимист, то сега акцентът е върху предпазлив.

Обикновени реалисти

За хората е важно прогнозите да

не ги смажат с тежестта си, защото те така или иначе ще се надяват да не се случат. Ще приемат с лекота предвиждания, които повдигат духа им. Процесите на трансформация обаче не спират. Затова и всички, а не само специалистите в дадена сфера, трябва внимателно да наблюдават какво се случва и да си задават въпроса защо точно това става. Очаква се разместване на пластове, новото идва с големи

турбуленции. Старите структури се разрушават. Най-вероятно 2023-а да е година на кипене, който изглежда като хаос, прогнозира социални анализатори. Какво пък толкова, нали вече добре знаем, че промяната е най-постоянното нещо.

Предлагаме няколко прогнози и очаквания на бизнес лидери и анализатори, които следят процесите у нас и по света:

Д-р инж. БОРЯНА МАНОЛОВА,
главен изпълнителен директор
на Siemens за България,
Северна Македония и Украйна:



ОСТАВАМ УМЕРЕН
ОПТИМИСТ ЗА
РАЗВИТИЕТО НА
БЪЛГАРСКИЯ БИЗНЕС ПРЕЗ
СЛЕДВАЩИТЕ 12 МЕСЕЦА

Кризите направиха българския бизнес по-устойчив

Със съжаление трябва да признаем, че кризите и нестабилността все повече се превръщат в „новото нормално“ за всички нас. Затова и моите очаквания са 2023 г. да премине до голяма степен под знака на тенденциите и процесите, които белязаха и отиващата си година. Сред тях са войната в Украйна, постефектите от ковид пандемията и продължаващите затруднения в глобалните вериги за доставки.

Тук идва ролята на националните правителства, централните банки и международните институции, които трябва да действат бързо и решително, за да изведат света от състоянието на свободен полет по низходяща спирала. Нужни са програми и политики, които да подпомогнат най-уязвимите групи в обществото, без това да се отразява фатално на фискалната стабилност на държавата и на способността на бизнесите да останат конкурентоспособни в една изключително динамична среда.

Добрата новина е, че както показват официалните данни, до момента

българският бизнес като цяло се справя доста добре на фона на близо 2-годишни пандемични ограничения, допълнително усложнени от икономическата несигурност, непрекъснато нарастващите цени на енергоносителите и геополитически турбуленции от последната година заради военните действия в Украйна.

Разбира се, прогнозите за загадащата се рецесия и инфлация в световен мащаб може да задушат, или поне да забавят, започналото възстановяване на европейските икономики след ковид пандемията и със сигурност ще окажат влияние и върху България. Като цяло обаче аз оставам умерен оптимист за развитието на българския бизнес през следващите 12 месеца. Вярвам, че една голяма част от компаниите и организацията у нас са си извлекли нужните поуки от кризите и са направили съответните промени в стратегиите и бизнес моделите си, за да бъдат по-подготвени за предизвикателствата, които би могло да ни поднесе близкото бъдеще.



По-бавен растеж отвъд потенциала

Толкова много прогнози има за развитието на икономиката, че просто трябва да си избереш онази, която те устройва най-много, казано в кръга на шегата. Но освен прогнозите, ние следим и някои първоначални сигнали от различни индустрии. Миналата година беше време на растеж на българската икономика, през тази се очаква по-бавен растеж, но не рецесия. Според нас икономиката няма да може да достигне своя потенциал за развитие, макар да има възможности по Плана за възстановяване и макар да се местят производства от Китай и от Украйна. Въпросът е да съумеем да се възползваме от това.

В региона сме неконкурентни по отношение на стимулите, които се дават за привличане на инвеститорите „на зелено“. Директните инвестиции, важни за дългосрочния растеж, са под потенциала. Има опасност в политическото напрежение да се пристъпи към повече разходи, свързани с допълнителен дълг, които да ни отклонят от влизането в еврозоната, но и да доведат до макроикономически дисбаланси. Другият риск е липсата на адекватна регионална политика на България, което крие икономически, политически, социални и демографски проблеми.

Надявам се, че след унизителното решение за Шенген и забавянето на Плана за възстановяване ще има някакъв консенсус, за да се прокарат основни приоритети, свързани с присъединяването към еврозоната и Шенген, както и с икономическото възстановяване. Нужно е отговорно правителство, което да се заеме с ключовите за страната цели, а сред тях е и привличането на инвестиции във високопроизводителни сектори, но в това продължава да липсва експертност.

Политическата несигурност е спирачка в развитието на страната. Сега ни се струва, че живеем в драматични времена, но дори и да минем през рецесия, то ще е част от икономическия цикъл. За мен важен проблем остават неравенствата, които се създават между богати и бедни, и „ножицата“, която все повече се разтваря в стандарта и разбиранията им за живота.

Има много неща, които да се направят в компаниите в България – например дигитализация, енергийна ефективност, привличане на инвестиции. Това може да даде осезателен ефект. Като фонд гледаме с оптимизъм напред в 2023 г., продължаваме да инвестираме и евентуалното забавяне на растежа не ни притеснява.

РОСЕН ИВАНОВ, управляващ партньор на Black Peak Capital:



НУЖНО Е
ОТГОВОРНО
ПРАВИТЕЛСТВО,
КОЕТО ДА СЕ ЗАЕМЕ С
КЛЮЧОВИТЕ ЗА
БЪЛГАРИЯ ЦЕЛИ

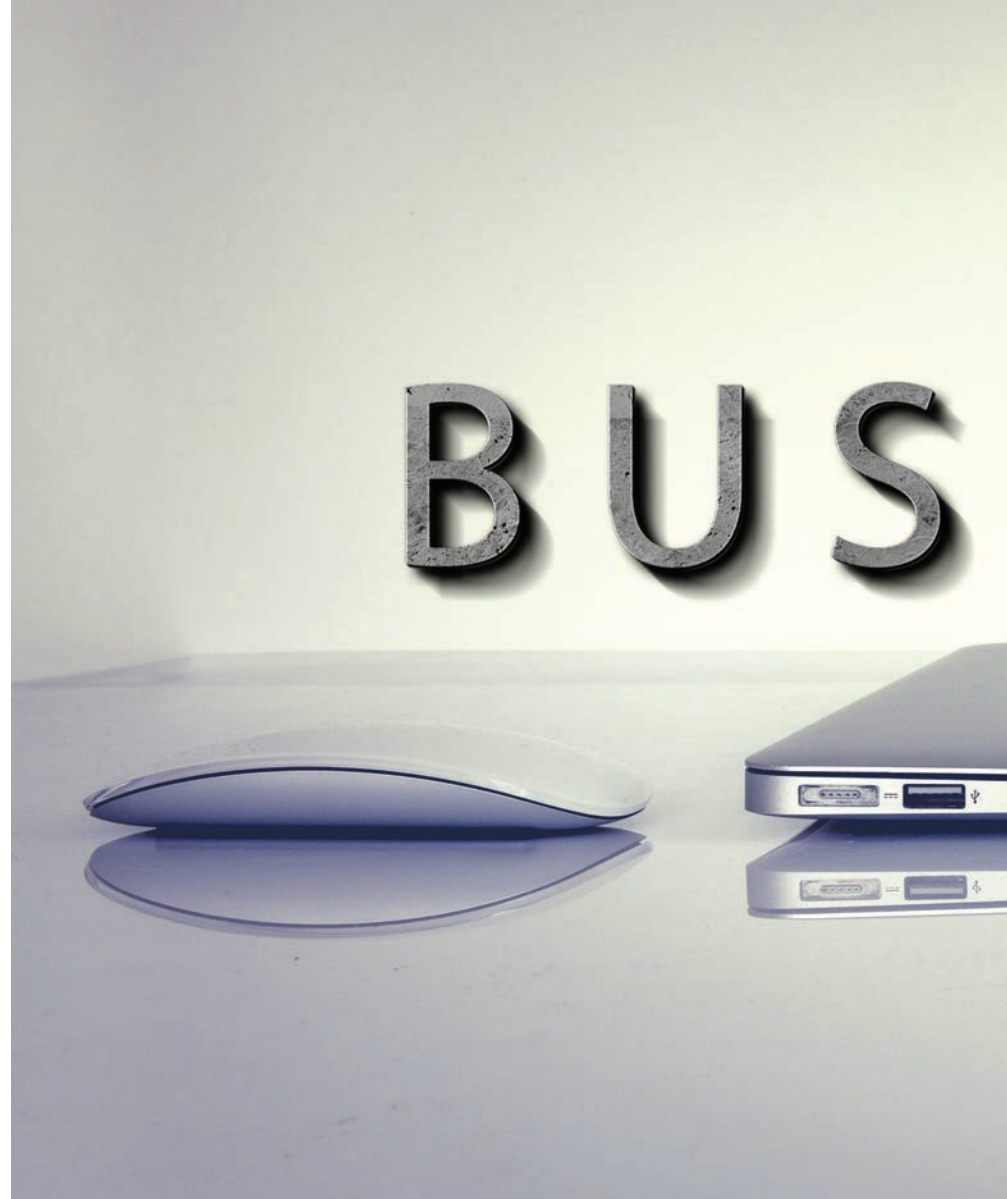
ГЕОРГИ ГАНЕВ, програмен директор на Центъра за либерални стратегии:



ИМА ТРИ ВЕРОЯТНИ ИКОНОМИЧЕСКИ СЦЕНАРИЯ, А ЩО СЕ ОТНАСЯ ДО ПОЛИТИЧЕСКАТА КРИЗА, ТРУДНО ЩЕ СТАНЕ ПО-ЗЛЕ ОТ СИТУАЦИЯТА ПРЕЗ 2022-РА

При подобни прогнози за година напред има най-общо три сценария: оптимистичен, реалистичен и песимистичен, като реалистичният е просто някъде по средата. Кой от тези сценарии ще се развие, зависи от динамиката в европейската икономика, особено в еврозоната, зависи също и от развоя на войната в Украйна, която се очертава да продължи и през тази година. Всички се надяваме на някакво разрешаване на политическата криза у нас и има едно българско събитие, което може да повлияе на цялостното развитие – поемането на курс за присъединяване в еврозоната през 2024-а. Но и от данните към април 2023 г. ще зависи дали България ще получи от Брюксел „зелена светлина“ за преминаване към еврото.

Единият вариант е европейската



Чакат ни огромен брой неизвестни

икономика да не е много тежко засегната от затягането на паричната политика. Това означава близък до нулата растеж, не чак рецесия. Ако и войната сравнително рано през годината тръгне към разрешаване, българската икономика ще регистрира осезаем положителен ръст в рамките на 2-3%. Ако инфлацията е под 10%, най-вероятно номиналното нарастване на икономиката ще е с 10-12%. Това е позитивният сценарий.

Ако войната в Украйна се проточи с всички странични ефекти на случващото се, тогава българската икономика ще стагнира и ръстът ще е между 0 и 2%. Третият сценарий е свързан с неблагоприятно развитие на европейската икономика, особено ако се наложи затягането да е по-сериозно, тогава може да последва по-сериозна рецесия в икономи-

ката на еврозоната. При този сценарий, ако няма развръзка на конфликта, е много вероятно да бъдат засегнати стопанските процеси, особено свързани със суровинните вериги на доставки. Този трети сценарий е свързан с неголяма рецесия в България, при която растежът е отрицателен.

Кое от трите ще се случи, няма как да се предвиди. Но що се отнася до политическата криза, трудно ще стане по-зле от това, на което бяхме свидетели през миналата година. Нека не изключваме промяна към по-добро. А искаме ли да влезем в еврозоната, има конкретна работа, която трябва да се свърши. Но тя не е като за служебно правителство и не е за губернатор с изтекъл мандат.

Влизаме в 2023 г. с огромен брой неизвестни.

SINES 2023



Икономическият растеж идва с по-добра фискална дисциплина

Очаквам успокояване през 2023 г. в Европа и в света. Това, което имаше да се случи като последици от пандемията и от войната в Украйна, то вече се случи. Европейската икономика се адаптира към тези негативни процеси, пое ги дори по-плавно, отколкото очаквахме голяма част от икономистите.

Прогнозата за България е в контекста на ЕС и европейската икономика, тъй като нашата страна е тясно интегрирана с тях. Очаквам със или без редовно правителство българската икономика да продължи да се развива и прогнозите ми са за 3% реален икономически ръст над инфлацията. Вярвам, че ще има връщане към по-добра фискална дисциплина, леко снижаване на бюджетния дефицит в порядъка на 10%, което обаче зависи от това кой ще управлява. Но предвид предстоящото близане в еврозоната, трябва да затегнем фискалната дисциплина. България все повече губи атрактивност за външните инвеститори, тъй като доскоро се предлагаше като място с евтина работна ръка и ниски производствени разходи, което вече не е така, тъй като процесът на конвергенция към ЕС изчерпа потенциала на тези двигатели на

растежа на чуждестранните инвестиции. Оттук нататък трябва да се фокусираме върху неща, в които сме добри - например развитие на секторите с висока добавена стойност. Но в България говорим повече за проблемите, отколкото за постиженията. И вместо да се ваикаме, че Нидерландия има съображения срещу присъединяването ни към Шенгенското пространство, може да насочим внимание към трудова миграция.

България не е периферия на ЕС, а може да се позиционира като входно-изходна точка. Като потенциал за икономически растеж може да акцентираме върху изграждането на инфраструктурата, която свързва Турция с ЕС. Бихме могли също да осигурим алтернативни маршрути за Грузия, Азербайджан и Армения през Черно море, тъй като войната в Украйна затвори техните транспортни коридори към ЕС.

Притесненията за въвеждането на еврото у нас имат политически и геополитически характер. Въпросът е дали ще ни имат доверие, че няма да злоупотребим, ако през 2024 г. ни приемат в еврозоната. И ако не си „напишем домашното“, ще стане същото като с Шенген.

Д-р ЗЛАТИН СЪРЪСТОВ,
преподавател в катедра
„Финанси“ на УНСС:



АКО СЕ ФОКУСИРАМЕ
ВЪРХУ СЕКТОРИТЕ С
ВИСОКА ДОБАВЕНА
СТОЙНОСТ, ЩЕ ИМА И
ПОВЕЧЕ ЧУЖДЕСТРАННИ
ИНВЕСТИЦИИ

ИЛИЯ КРЪСТЕВ, председател на Българската асоциация за иновации, бизнес услуги и технологии (AIBEST):



ПОЛИТИЧЕСКАТА НЕСТАБИЛНОСТ И ЛИПСАТА НА ДЪРЖАВНИЧЕСКИ РЕШЕНИЯ ХВЪРЛЯТ СЯНКА ВЪРХУ ИКОНОМИЧЕСКИЯ РАСТЕЖ

Задава се леко охлаждане на технологичния пазар

Технологичният сектор и индустрията на изнесените услуги продължават да са едни от двигателите на устойчивото развитие на българската икономика и значим фактор за задържането и връщането на младите хора в страната. Според данните от последния годишен доклад на AIBEST ние формираме 5,9% от БВП с около 90 000 служители, като само за последната отчетна година броят им е нараснал с 10 000 души.

България се утвърди като най-добре развития център за високотехнологични услуги в Югоизточна Европа и разпознаем европейски дигитален център. Услугите, които се предлагат от българските технологични компании, са с все по-висока добавена стойност и се конкурират успешно с централно- и западноевропейските компании на световната технологична сцена. Нашата прогноза показва, че, ако се запази доброто темпо на развитие на индустрията ни, приносът ни към БВП на България ще достигне дял от 9% до 2025 г.

Разбира се, нашият сектор е част от глобална бизнес екосистема и външ-

ните геополитически и икономически фактори, както и локалните политически решения неизбежно влияят върху потенциала ни. Големи световни технологични лидери вече обявиха публично намеренията си за съкращаване на служители и намаляване на инвестициите. От друга страна, намаляването на достъпа до евтини парични ресурси означава, че компаниите и инвеститорите ще бъдат много по-препазливи. На този фон политическата нестабилност у нас и липсата на държавна стратегия, на предвидимост на законодателните инициативи и облекчаване на процедурите по наемане на служители от страни извън ЕС (с цел преодоляване на недостига на кадри) са реални пречки пред нашия сектор. Въпреки предизвикателствата и очакваното охлаждане на пазара, ще се запази световната тенденция за търсене на нови автоматизации и ефикасност на процесите на работа. Като експортно ориентирана индустрия това е голяма възможност за високотехнологичния бизнес в България през 2023 г.





Има шанс да избегнем рецесията


Свикнахме да характеризираме последните няколко години с думата „предизвикателни“ по един или друг повод и показанията на данните от барометъра за 2023-а отново ще се индикират около тази стойност.

България има своята зададена национална цел да стане част от еврорезоната на 1 януари 2024 г. и присъединяването ни към втората най-използвана валута в света е процес, който очакваме да влияе положително на икономиката и да е двигател за ускоряване на реформите, повишаване на благосъстоянието и създаване на по-благоприятна предвидима бизнес среда.

Прогнозните очаквания за тази година са българската икономика да забави растежа си, но да избегнем рецесията. Прогнозите за ръста на БВП са различни и варират между консервативните 0.1% до далеч по-оптимистичните 1.6%. Гледайки макроикономическите показатели към момента,

ние сме по-скоро оптимисти, че забавянето на икономиката ще бъде краткотрайно и бързо ще се върнем обратно към растеж.

Българската банкова система е добре подготвена да посрещне забавянето на икономиката. Що се отнася до Пощенска банка, то ние изпратихме година, която е много успешна за нас. Кредитният ни портфейл надхвърли 10 млрд. лв., което е ръст от 14.5% на годишна база и пазарен дял от 11.9%.

И докато сме на темата за успеха, бих желала да изтъкна още един, който тепърва ще развиваме в Пощенска банка: сделката за придобиването на клона на БНП Париба Пърсънъл Файненс в България, чието финализиране очакваме през първата половина на 2023 г. Това ще бъде поредна стъпка към разширяване на пазарния ни дял и заемането на още по-силна и солидна позиция в „голямата четворка“ на банковия бизнес. 

ПЕТЯ ДИМИТРОВА,
главен изпълнителен директор
и председател на УС на
Пощенска банка:



В СИЧКИ ЩЕ
ПОСРЕЩНЕМ НОВИ
ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА
В ТЪРСЕНЕТО НА
СТРАТЕГИЧЕСКИ УСПЕХИ



ВЛАДИМИР ДОКОВ:

ДА БЪДЕШ ЛИДЕР В ГЛОБАЛНАТА ИГРАЛНА ИНДУСТРИЯ

БЪЛГАРИЯ Е ТЕХНОЛОГИЧЕН ХЪБ ЗА ГЕЙМИНГ
ИНДУСТРИЯТА - ДЕСЕТКИ КОМПАНИИ РАЗВИВАТ
ПРОДУКТИ С ВИСОК ПОТЕНЦИАЛ



VLADIMIR DOKOV:

TO BE A LEADER IN THE GLOBAL GAMING INDUSTRY

BULGARIA IS A TECHNOLOGICAL HUB FOR THE GAMING
INDUSTRY - DOZENS OF COMPANIES ARE DEVELOPING
PRODUCTS WITH HIGH POTENTIAL

Владимир Доков е изпълнителен директор на Euro Games Technology (EGT) и ръководи цялостните операции и ресурси на EGT за постигане на дългосрочните бизнес цели. Наблюдава стратегическата посока на развитието на компанията и нейните текущи операции. Присъединява се към EGT през 2002 г. и в продължение на 20 години има основна роля в глобалната експанзия на компанията, растежа на пазарите и рентабилността.

- Г-н Доков, управлявате компания, която е в Top 5 в света на индустрията, в която работите. Как гледате на това постижение?

- Не се замисляме върху това, а се фокусираме върху нашата единствена цел - да създаваме добри продукти и да си вършим работата по най-добрия начин. Все пак някои от нашите конкуренти са в индустрията от повече от половин век и разполагат с огромни фондове и кредитиране зад гърба си, а ние през миналата година навършихме едва две десетилетия, така че няма как този факт - да сме в Top 5 на глобалния пазар, да не ни кара да се чувстваме горди.

- Как съумяхте да направите такъв голям пробив на световния пазар?

- Успехът ни на глобално ниво се дължи на много труд и постоянство и на добрия екип, който изградихме през годините.

- Това постижение бе забелязано и получи отличие в категория „Дигитализация“ на конкурса „Мистър и Мисис Икономика“ за 2022 г., който сп. „Икономика“ организира заедно с КРИБ. С какво дигитализацията влияе върху успеха на EGT?

- EGT е глобална корпорация с 28 офиса и с присъствие в над 100 пазара в целия свят. За да подсигури гладкото и безпроблемно функциониране на тази голяма структура, компанията работи с различни CRM системи като Salesforce EMEA, Jira, SAP ERP, които е имплементирала в международната си мрежа от представителства. През последните няколко години EGT усилно

развива и своята гъщерна компания EGT Digital, предлагаща иновативни продукти в областта на онлайн гейминга. Така успяваме да отговорим на съвременните тенденции към дигитализация на бизнеса и да бъдем един от предпочитаните доставчици на онлайн игрално съдържание.

- Кои са ключовите моменти, които помогнаха на тази българска компания да стане фактор далеч отвъд пределите на страната, и то в креативна индустрия, в която потребителите по света имат различни нагласи?

- Има много фактори, които определят лидерските ни позиции в игралната индустрия. Като водещ сред тях бих открял стремежа ни винаги да бъдем близо до своите клиенти, независимо къде се намират - дали са в Аржентина, Мексико, или тук, в България. Това е и причината EGT да има толкова добре развита мрежа от офиси, както и да предлагаме техническа поддръжка 24/7 - факт, който нашите партньори оценяват високо.

- Кое е най-важното в стратегията ви за развитието и как визията ви за глобална експанзия се превръща в реалност?

- Стратегията ни за бъдещо развитие на компанията включва комбинация от вертикална и хоризонтална диверсификация. Смятаме, че това е верният път към постигането и затвърждаването на още по-сериозни позиции на глобално ниво.

- Кои е, образно казано, този Христофор Колумб в компанията, който открива новите възможности и ражда

Mr. Dokov, you are leading a company which is in the Top 5 in your industry on a global level. How do you view this achievement?

We don't think about it, we are focused on our main goal: to create good products and do our job in the best way. However, some of our competitors have been in the industry for more than half a century and can count on huge funds and lending, and we only turned two decades last year, so it's not possible the fact of being in the Top 5 in the global market, not to make us feel proud.

How did you manage to make such a big breakthrough in the global market?

Our success on a global level is due to a lot of hard work and perseverance and the good team we have built over the years.

This achievement was noticed and received an award in the "Digitalization" category of the "Mr. and Mrs. Economics" competition for 2022, which "Economic" magazine organized together with CEIB. How does digitalization affect EGT's success?

EGT is a global corporation with 28 offices and a presence in over 100 markets worldwide.

To ensure the smooth functioning of this large structure, the company is working with various CRM systems such as Salesforce EMEA, Jira, SAP ERP, which it has implemented in its international network of offices. In the last few years, EGT has also been actively developing its subsidiary EGT Digital, that offers innovative products for iGaming. This is how we manage to respond to the modern trends towards digitalization of business and to be one of the preferred providers of online gaming content.

What are the key moments that helped this Bulgarian company become a factor far beyond the borders of our country, in a creative industry where consumers around the world have different attitudes?

There are many factors that determine our leadership positions in the gaming industry. As most important among them, I would distinguish our desire to always be close to our customers, regardless of where they are - whether they are in Argentina, Mexico, or here in Bulgaria. This is also the reason why EGT has such a well-developed network of offices, as well as 24/7 technical support, a fact that is highly appreciated by our partners.

What is most important in your

Vladimir Dokov is the CEO of Euro Games Technology (EGT) and manages the company's overall operations and resources to achieve its long-term business goals. He oversees the strategic direction of EGT's development and current operations. Mr. Dokov has joined EGT in 2002 and for 20 years has been playing a major role in the company's global expansion, market growth and profitability.





новите идеи?

- Не бих казал, че това е само един човек или само определена група от хора. Целият ни екип, всички наши служители допринасят много за това работата да върви безпроблемно и да създаваме нашите иновативни продукти. В EGT даваме възможност на всеки наш служител свободно да споделя идеите си и това е голямо наше предимство. Вярваме, че всеки човек всекидневно се сблъсква с различни проблеми в работата си и именно това го прави способен да дава оригинални идеи за решението на тези проблеми.

- **Какви митове съществуват за игралната индустрия? И как изглежда тя „отвътре“ – да кажем на всички, които я познават просто като потребители или дори само като странични наблюдатели?**

- Действително има много митове и неистини, които са насадени у хората от филми, книги и различни истории. Това, което не се знае, е, че всъщност игралният бизнес е една много регулирана индустрия, чиято основна цел е да осигурява забавление на своите потребители.

- **Как най-общо се променят игрите в рамките дори на едни 20 години? Как се създава игра, която да стане хит?**

- Така, както светът се развива и променя постоянно, по същия начин се развива и индустрията, в която работим ние. Желанията на играчите се променят, тъй като се сменят поколенията и затова и ние се стараем да сме постоянно близо до пулса, така да се каже, за да можем да усетим промените и да предложим продукти, които да отговарят

на вкусовете и изискванията на новото време.

- **Хората са важни както за малката, така и за голямата компания. Как ги привличате и как ги задържате във вашите вече 28 офиса?**

- Хората са най-ценният актив на всяка компания и ние в EGT много добре осъзнаваме това. Непрестанно се стремим да предлагаме на нашите служители възможности за кариерно развитие и израстване и си заслужава специално да отбележим, че много голям процент от тях са дългогодишни кадри на компанията. Прилагаме много социални политики, насочени към подкрепа на нашите служители и в личен план. По този начин им помагаме да намерят точния баланс между работата и личното време, което е сред най-важните условия човек да се чувства добре, да бъде креативен и да създава иновативни решения.

- **Успешните компании явно имат точен подход към своите хора. Кои е ключът на EGT за създаване на добри екипи?**

- Множество фактори имат значение за изграждането на добър екип. Като най-важни сред тях бих отделил мотивацията и вниманието.

- **И след всичко казано дотук, в какво е силата на EGT – само в едно изречение?**

- Страст за иновации.

- **Преди години имаше смели виждания България да се превърне в своеобразен Лас Вегас на Балканите, а после – в технологичен хъб за игралната индустрия. Кое пречи и кое помага такива мечти да се реализират? В какво**



Благодарение на иновативните продукти на EGT DIGITAL за кратко време се превърнахме в един от предпочитаните доставчици на онлайн гейминг решения.

В ЦИФРИ

20 години, в които Euro Games Technology динамично се развива

28 офиса има компанията по цял свят

100+ са пазарите, на които EGT има присъствие

development strategy and how is your vision of global expansion becoming a reality?

Our strategy for the future development of the company includes a combination of vertical and horizontal diversification. We believe that this is the right path to achieving and strengthening even stronger positions on a global level.

Who is, figuratively speaking, this Christopher Columbus in the company who discovers the new possibilities and gives birth to the new ideas?

I wouldn't say it's just one person or just a certain group of people. Our whole team, all our employees contribute a lot to making the work run smoothly and creating our innovative products. At EGT, we provide each of our employees with the opportunity to freely share their ideas, and this is a great advantage of ours. We believe that every person faces different problems in their work every day and that is what makes them able to give original ideas for solving these problems.

What myths exist about the gaming industry? What does it look like "from the inside" - let's say to everyone who

Thanks to EGT DIGITAL'S innovative products, we have quickly become one of the preferred providers of online gaming solutions.

knows it simply as users or even just as bystanders?

Indeed, there are many myths and falsehoods that have been instilled in people from movies, books, and various stories they have heard. What is not known is that the gaming business is actually a highly regulated industry whose main goal is to provide entertainment to its users.

How have games generally changed in 20 years? How do you create a game that becomes a hit?

Just as the world is constantly evolving and changing, so too is the industry in which we operate. The wishes of the players change as the generations change and therefore we also try to be constantly close to the pulse, so to speak, so that we can feel the changes and offer products that meet the tastes and demands of the new age.

People are important to both small and large companies. How do you attract and retain them in your 28 offices?

People are the most valuable asset of any company and we at EGT are well aware of this fact. We are constantly striving to offer different opportunities for career development and growth to our employees, and it is worth noting that a large percentage of them work in the company for a very long time. We implement many social policies aimed at supporting our colleagues on a personal level as well. In this way, we help them find the right balance between work and personal time, which is among the most important conditions for a person to feel good, be

• ИНТЕРВЮ •

виждате потенциала?

- България е технологичен хъб за игралната индустрия, в страната има десетки компании, които развиват гейминг продукти с висок потенциал, реализиращи се в много пазари в целия свят. Колкото до идеята за Лас Вегас на Балканите, тя изисква огромни инвестиции и това е основната причина, поради която не е осъществена до момента.

- Какво време беше пандемията за EGT, какъв нов хоризонт видяхте отвъд нейните ограничения?

- Много компании свържат на ценностите си и ги развиват, но по време на тази криза настъпи моментът те да се докажат на практика. EGT не беше изключение. Пандемията ни накара да осъзнаем необходимостта от добавянето на нови вертикали в нашия бизнес. Въпреки че ни беше трудно през тези 2 години, ние успяхме да запазим всичките си служители и добрите връзки с доставчиците си.

- Преди 20-ина години вас кое ви отведе в света на игралната индустрия?

- Бях изкушен от множеството възможности за развитие, които игралната индустрия предлагаше, още повече че по онова време имаше много малко фирми в бранша.

- Бизнесът също може да се разглежда като игра. В каква „игра“ участвате?

- Динамична!

- Имате ли любима игра?

- Играта на живота.

- Как си почивате, намирате ли време за свое хоби?

- Въпреки че графикът ми е натоварен, винаги намирам време да бъда със семейството си.

Разговарям се и като тичам.

- Какво послание имате към тези, които смятат, че игрите създават зависимост? Но и към онези хора, за които игрите са останали в тяхното детство...

- Човек може да има зависимост към всичко - спорт, алкохол, храна, любов. Това дали ще допуснем да я развием, или не, зависи изцяло от нас и от нашите индивидуални качества, нагласи и черти на характера.

Нашата цел в игралната индустрия е да създаваме продукти, които не правят хората зависими, а им дават възможност за преживявания. 🎲



Когато си близо до „пулса“ на хората, може да усетиш промените и да предложиш продукти, които отговарят на вкусовете и изискванията на **НОВОТО ВРЕМЕ**

ФИРМЕН ПРОФИЛ

Euro 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 лидерите на международния пазар за игрални казино съоръжения. Технологичната компания 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 мениджмънт, в това число и техническа поддръжка. В последните няколко години Euro Games Technology усилено развива своята гъщерна компания EGT Digital, която предлага иновативни продукти в областта на онлайн гейминга. Така тя успява да отговори на съвременните тенденции към дигитализация на бизнеса и да бъде един от предпочитаните доставчици на онлайн игрално съдържание.

EGT разполага с 28 офиса и присъства на над 100 пазара в целия свят.

creative and invent innovative solutions.

Successful companies clearly have the right approach to their people. What is EGT's key to creating good teams?

Many factors go into building a good team. I would say that the most important among them are motivation and attention.

And with all that said, what is the power of EGT - in just one sentence?

Passion for innovation.

Years ago, there were bold visions that Bulgaria would become a kind

of Las Vegas in the Balkans, and then - a technological hub for the gaming industry. What prevents and what helps such dreams come true? What do you see potential in?

Bulgaria is a technological hub for the gaming industry, there are dozens of companies in the country that develop gaming products with high potential, which are successfully operated in many markets around the world. As for the idea of Las Vegas in the Balkans, it requires huge investments

and this is the main reason why it has not been implemented until now.

What was the time of the pandemic for EGT, what new horizon did you see beyond its limitations?

Many companies hold onto their values and develop them, but during this crisis it was the time to prove them in practice. EGT was no exception. The pandemic made us realize the need to add new verticals in our business.

COMPANY PROFILE

Euro Games Technology was founded in 2002 in Sofia and within a few years established itself as a leader in Bulgaria. 20 years later, it is among the leaders of the international market for casino equipment. The technological company is specialized in the development, production and distribution of hardware and software solutions for the gaming industry. These include everything from slot machines, accessories and gaming mixes to casino management systems, including technical support. In the last few years, Euro Games Technology has been intensively developing its subsidiary EGT Digital, which offers innovative products for iGaming. Thus, it manages to respond to the modern trends towards digitalization of business and to be one of the preferred providers of online gaming content.

EGT has 28 offices and is present in over 100 markets worldwide.



When you are close to the "pulse" of people, you can feel the changes and offer products that meet the tastes and requirements of **THE NEW AGE**



Although it was difficult for us during these 2 years, we managed to keep all our employees and the good relations with our suppliers.

What brought you into the world of gaming 20 years ago?

I was tempted by the many opportunities that the gaming industry offered, especially since there were very few companies in the sector at the time.

Business can also be seen as a game. What "game" are you in?

Dynamic!

Do you have a favorite game?

The game of life.

How do you rest, do you have time for a hobby?

Although my schedule is busy, I always find time to spend with my family. I also love running.

What message do you have for those who think gaming is addictive? But also for those people for whom the games remained in their childhood...

We can be addicted to anything - sports, alcohol, food, love. Whether we allow the addiction to develop or not depends entirely on us and our individual qualities, attitudes and character traits.

Our goal in the gaming industry is to create products that don't make people addicted, but enable them to have experiences. 🎮

IN NUMBERS

20 years in which Euro Games Technology has been dynamically developing

28 are the offices of EGT worldwide

100+ are the markets where EGT has a presence



PAIS DE ORIGEN
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
06-04-11
MOSCU

NUMBER OF ENTRIES
NUMBER OF ENTRIES

NUMBER OF ENTRIES
NUMBER OF ENTRIES

MULTI
MULTI



Една спирка преди

ШЕНГЕН

**ИНТЕГРАЦИЯТА
НИ В ТАЗИ
ЕВРОПЕЙСКА
ЗОНА ОТНОВО СЕ
ОТЛОЖИ, НО
РЕЗУЛТАТИТЕ СА
СЪБРАЗМЕРНИ НА
УСИЛИЯТА**

✍ **Георги Георгиев**

Приемането на България в Шенгенското пространство не е само въпрос на престиж, а и на редица удобства, които имат икономическо измерение. Стана така, че през декември 2022 г. пак си помислихме, че вратите се отварят пред нас в Шенген. С Румъния обаче пак оставаме на предпоследната спирка. Само

Хърватия стигна крайната дестинация. Вярвахме ли наистина, че ще ни посрещнат с „Добре дошли“ след всичката вялост в опитите Западът да забележи усилията ни да преминем тази фаза от икономическата си интеграция... Нека през 2023-а не се сетим пак в края на годината, че имаме такава цел.

Предлагаме две гледни точки по темата:

МИЛЕН КЕРЕМЕДЧИЕВ, външнополитически анализатор:

Проблемът има три важни съставки

Защо България и Румъния не са в Шенген? Този въпрос вече 15 години мори българските политици и не дава мира на европейските чиновници. Къде всъщност е основният проблем? Дали не сме жертва на външнополитически проблеми на други държави членки? В продължение на 15 години чуваме едни и същи аргументи от Нидерландия, която казва, че

**може би технически
България е подготвена**

за членство в Шенген, но основният проблем са борбата с корупцията, борбата с организираната престъпност и липсата на върховенство на закона.

Защо тези три съставки са толкова важни? Основната теза на нашите опоненти е, че може би ние имаме необходимата техника и жива сила на границите, но ако срещу „финансово стимулиране“ определен служител изключи компютъра, завърти камерата или изгаси датчика, той подпомага безпроблемното преминаване на нелегални емигранти.

Тяхната крайна дестинация са най-вече държавите членки на Шенгенското пространство.

Мигрантският натиск през нашите граници се е увеличил близо четири пъти в сравнение с предишни години и голямата част от този трафик се насочва към Нидерландия, Швеция, Австрия, Германия, като поема по своя европейски път от България и Румъния.



Факт е, че безпроблемното придвижване на хора и стоки в Шенгенското пространство, но при засилена защита на външните граници, е в полза за българските граждани. Затова осъществяването на силна медийна кампания в България е от голяма важност. А след това ни трябва активна външна политика за убеждаването на всички държави членки, че България наистина е готова за Шенген. От президента до министъра на външните работи, както и всеки представител на държавната администрация, всички и по всеки повод трябва да продължават да говорят с нашите европейски партньори по тази тема. Вярвам, че

**целенасочена и добре
фокусирана кампания**

в следващите месеци може наистина да допринесе и в края на следващата година да имаме позитивно решение за влизането на България в Шенген. Но дотогава трябва да дадем на нашите европейски партньори убедителни доказателства за това, че корумпирани служители са изправени пред закона и са понесли отговорност, че границата е гоизоградена и с европейски средства, че има засилено сътрудничество с „Фронтекс“, че сме поискали и получили допълнителна физическа и техническа помощ от страните членки.

Чака ни активна работа, преди да излезем с конкретни и безспорни резултати и с увереност, че отговаряме на критерите. Тогава ще видим какви ще са аргументите на страните, които са наши опоненти.

**ПОЗИТИВНОТО
РЕШЕНИЕ ЩЕ
ДОЙДЕ СЛЕД МНОГО
РАБОТА ВЪТРЕ В
СТРАНАТА, НО И НА
ДИПЛОМАТИЧЕСКИЯ
ФРОНТ**

нейното завършване.

Но докато България не покаже

**реални резултати в
борбата с корупцията**

критиките към нас ще продължават да са актуални.

Д-Р ЯСЕН НИКОЛОВ, адвокат в Адвокатско дружество „Георгиев, Тодоров и Ко.“:

Политиците ни да отстояват българския интерес

Когато Германия, Франция, Италия, Белгия, Нидерландия и Люксембург създават Европейската икономическа общност и Европейската общност за атомна енергия (ЕВРАТОМ) през 1957 г., следвайки успеха на учредената няколко години по-рано Европейска общност за въглища и стомана, държавите учредителки си поставят задачата постепенно да формират вътрешен пазар. Целта е в рамките на този пазар да бъде гарантирано

свободното движение на производствени фактори

сред които стоки, работници, услуги и капитали. Предвидена е също и възможността за упражняване на свободните професии или регистрирането на търговски дружества, техни дъщерни дружества и клонове чрез свободата на установяване.

Идеята на вътрешния пазар е лесна за обяснение. Икономическата интеграция между държавите се задълбочава по такъв начин, че всеки национален пазар да е част от един общ пазар, в който няма бариери пред свободното движение. Така гражданите от всяка от страните може

да работят безпрепятствено в други държави

произведените стоки може да бъдат продадени на така формирания общ пазар, а предоставянето на услуги и инвестирането в проекти в други държави е облекчено.

През 1985 г. част от страните членки на Европейските общности подписват в Шенген споразумение, което гарантира поетапно премахване на граничния контрол по вътрешните граници и създава условия за наказателноправно сътрудничество между участващите държави. Фактическо премахване на вътрешния граничен контрол между страните в Шенгенското пространство ще видим едва през 1995 г. Оттогава в това пространство вътрешният граничен контрол се възстановява в отделни случаи при изключителни обстоятелства – както беше при прилагането на мерките срещу разпространението на коронавируса. В Шенгенското споразумение



ИМАМЕ ИКОНОМИЧЕСКИ ПОЛЗИ ОТ ПАДАНЕТО НА ВЪТРЕШНИЯ ГРАНИЧЕН КОНТРОЛ

са включени част от държавите членки на Евросъюза, но има и нечленуващи в ЕС.

Присъединяването към Шенгенското пространство е важно за България, защото носи съществени икономически ползи за всяка от участващите държави и представлява съществена предпоставка за безпроблемното

функциониране на единния вътрешен пазар

функциониране на единния вътрешен пазар

в рамките на ЕС. Това е така, доколкото участието в него позволява безпрепятственото пътуване на милиони граждани между отделните страни членки, за да учат, да работят и да посещават близките си, без да се налага преминаване през граничен контрол.

Шенгенското пространство предоставя възможността за пряк обмен на информация и по-добри системи за комуникация между полицейските органи, оперативна взаимопомощ, което е важно за борбата с организираната престъпност, трафика на хора и незаконната миграция. Ето защо е от голяма важност българската политическа класа да отстоява ясно и категорично интереса на България от участие в Шенгенското пространство. 🇵🇵



ECONOMIC·BG





ЕВРО(О)ПОЗИЦИЯ

СВИКНАХМЕ ДА ЖИВЕЕМ ВЪВ ВАЛУТЕН БОРД, НО
ИДЕ ВРЕМЕ ПОЛИТИЦИТЕ ДА ДАДАТ ЯСЕН ОТГОВОР
„ЛЕВ ИЛИ ЕВРО – ДОКОГА ИЛИ КОГА“

✍ Георги Георгиев

Позициите „За“ и „Против“ присъединяването на България в еврозоната продължават да са разделителна линия между привържениците и противниците да приемем еврото и българският лев да остане в историята. Щом сме член на Евросъюза, повече не бива да се бавим с въвеждането на общата европейска валута, категорични са едни. Не, левът ни дава все пак някаква независимост за монетарни маневри и суверенитет, отсичат други. Влизането в еврозоната ще извади страната от изолация и на нас няма да се гледа като на периферия. Какво говорите, точно такъв ход ще превърне слабата българска икономика в още по-маргинална. Влизането в еврозоната ще ни направи по-богати! Напротив, ще станем още по-бедни, защото цените ще скочат! Сега е моментът да действваме и от 1 януари 2024 г. еврото да е нашата валута. Не, в тази голяма инфлация не е

време за такива действия. Щом левът е вързан толкова години за еврото, нека да го заменим с евро. Еврото е нестабилна и слаба валута, да си държим лева. Ние хубаво си държим лева, ама ако световни финансови спекуланти го атакуват, тогава какво ще правим?! Щом сме неспособни да управляваме лева по-добре от еврото, тогава мъдруването „Лев или евро“ е губене на време, а това бездействие е и рисково... И така нататък - двугласът „За“ и „Против“ продължава!

Валутният борд беше котва и изпълни своето предназначение като най-успешната реформа в паричната политика и единственият изход от него е приемането на европейската валута, смята гувърнорът на БНБ с вече изтекъл мандат Димитър Радев. На ход са политиците. Та нали той им беше казал, че в крайна сметка „Евро или не“ е въпрос на политическо решение.

По тази тема предлагаме гледните точки на двама експерти:

НИКОЛА ЯНКОВ, управляващ партньор на „Експат Капитал“:

Краино време е процесът на интеграция да се ускори

Всеки предприемач в България е на мнение, че процесът на интеграцията ни в ЕС е без алтернатива. Ако искаме да сме пълноправна част от европейското икономическо и политическо пространство, трябва да сме част от еврозоната.

Продължаваме ли да сме във

от тази система, политическият риск, който инвеститорите ще kalkulират за инвестиции в България, ще е много по-голям. Инвестициите ще са много по-малки, икономическият растеж и оценките на българските компании ще са по-ниски, ако България е изолирана държава на края на Европа. Унищожаването на шансовете за пълноценна интеграция в ЕС ще дадат по-голяма сила на популистки и демагогски движения у нас.

От 10 години се готвим за членство в еврозоната, но подаването на официална молба стана чак през юли 2018 г. след голям натиск от страна на бизнеса и неправителствения сектор върху правителството на Борисов. Фактът, че не беше създаден координационен център към Министерски съвет, който активно да преговаря с ЕК и ЕЦБ по този процес и да следи за изпълнението на Пътната карта, да създаде необходимите правни норми, показва

липсата на политическа воля

До момента много правителства наизмад във времето не предприеха никакви стъпки в тази посока. Задача на кабинета е да натовари конкретни хора с власт и отговорност по преговорния процес за присъединяването ни и да следи изпълнението на плана, ако има такава политическа воля.

В момента перспективата за приемането ни в еврозоната е несигурна. Бяхме в една група с Хърватия за присъединяване през януари 2023 г., но служебното правителство на Румен Радев с финансов министър Асен Василев без аргументи и мандал за това реши да го отложи с една година. В момента продължаваме да се чудим какво следва, защото никое правителство през 2022 г. не направи нищо, за да организира



Изпуснем ли възможността за преминаване към еврото, ОСТАВАМЕ СИВА ЗОНА ОТВЪД ДУНАВ



и да координира този процес в нормална времева рамка.

Убеден съм, че доброто бъдеще за България е да сме в общността на развитите западни демокрации.

Еврото ще ни скачи с Евросъюза

и основно предимство от присъединяването към икономическото и политическото пространство на еврозоната ще е повишаване на активите на българите и на българските предприятия. Градски легенди са, че след приемането на еврото ще последва увеличаване на инфлацията. По-скоро се очаква обратният ефект на поевтиняване на редица стоки от това, че вли-

заме в общ пазар с прозрачност на цените, които се сравняват по-лесно. Елиминира се рискът от валутния курс, който се kalkulира в цените, има намалени трансакционни разходи за обмяна на валута и преводи, намалени разходи за лихви. Това ще доведе до поевтиняване на вносните стоки като бяла и черна техника, автомобили.

Ако България беше в еврозоната, тя вече щеше да е и в Шенген. Колкото „поразчена“ е една държава от ЕС, толкова по-ниски са шансовете ѝ за интеграция в една или друга от общите системи на съюза. Битката за преминаване към еврото все още не е загубена, но се изисква

мобилизиране на изпълнителната власт

Трябва да има конкретно лице – „главен преговарящ“ с план за действие, който да отговаря за успеха или неуспеха на този процес. Не говоря за „координатор“ на вътрешните процеси по въвеждане на еврото, като замяна на банкноти, провеждане на информационна кампания, изготвяне на мерки за предотвратяване на злоупотреби и други подобни технически въпроси. Говоря за преговарящ с Европейската комисия и Европейската централна банка, където трябва да се вземе политическото решение за допускането на България в еврозоната. Ако няма таква лице и силно фокусиран интензивен преговорен процес, много е вероятно да бъдем „изненадани“ от нечие вето, както се получи с Шенген. Там главен преговарящ също нямаше и никой конкретно в изпълнителната власт не пое отговорността за този огромен национален провал. През юни излиза поредният годишен доклад на ЕК и ЕЦБ за готовността на държавите нечленки за присъединяване към еврозоната. Ако дотогава нищо съществено не е направено и докладът не установи готовността ни за членство, няма шанс да преминем към еврото през януари 2024 г. Има много работа на дипломатическия фронт, тъй като каквото и да си говорим, става дума за политическо решение.

Не бива да изпуснем възможността да бъдем интегрирани в Европа, като влезем в Шенген и еврозоната следващата година. Иначе оставаме сива зона отвъд Дунав.

Проф. КРАСИМИР ПЕТРОВ, преподавател по икономика и финанси:

Икономическите минуси са много повече от политическите плюсове

За България и българската икономика влизането в еврозоната не е целесъобразно. И тук не става въпрос дали това да става бързо или бавно. Просто текущата монетарна политика на ЕЦБ и сегашната фискална политика на целия Европейски съюз водят към нестабилност, което ще доведе до по-сериозно дестабилизиране на българската икономика. Основен проблем в политиката на ЕЦБ са свръхниските лихви, които водят до изкривяване на капиталовите и на кредитните пазари, т. е. унищожават стимулите за спестяване и

насърчават
неразумното теглене
на кредити

за потребление или за купуване на жилища. По време на пандемията ЕЦБ напечатана най-много пари в сравнение с всички централни банки по света. Нецелесъобразно е да следваш некомпетентна монетарна политика. До 2011 г. еврото беше дисциплинирана валута, ето защо беше изключително добър ход то да е нашата валута котва. Дотогава Жан-Клод Трише беше начело на ЕЦБ и внимаваше с лихвената политика, стремеше се да няма свръхстимулиране на икономиката. В последните години

еврото активно
се обезценява
спрямо долара

който също се обезценява и това е видимо от инфлацията. Ако някой предложи да се присъединим към турската лира, всички ще отсекаат: „Не, тя е слаба и нестабилна!“ Еврото обаче е в подобна ситуация.

Интерес от влизане в еврозоната имат банките, тъй като те ще може да разчитат на директно спасяване от ЕЦБ при неблагоприятен за тях сценарий. Засега ЕЦБ не е оставила европейска банка да фалира. Тази „загриженост“ пречи на очистителния процес, а е и лош сигнал, който насърчава и другите



Лошата монетарна
и фискална политика
на ЕС ускорява
инфлацията в
България, въведем ли
еврото, ще
„КОНСУМИРАМЕ“
ПОВЕЧЕ ОТ СЪЩОТО



да не са дисциплинирани в банковата си дейност. ЕЦБ продължава да държи ниски лихви, с което отказва да приеме реални стъпки за ограничаване на инфлацията. През 2022 г. ЕЦБ е сред последните в света, които качват лихвените нива, и то с най-малко. Затова лихвите в ЕС са най-ниските след Японската централна банка, която държи „първенството“.

Някои си представят как при влизането ни в еврозоната ги чака финансо-

во благополучие, тъй като там започнаха да се раздават много средства, но това са пряно напечатани пари, които ускоряват инфлацията.

Безплатен
пир няма

и всичко това се плаща от реговия бизнес и от обикновените хора чрез по-скъпите стоки и услуги. Тези, които напират да влезем в еврозоната, пропускат да признаят, че така ще станем солидарни например с гръцките дългове и с италианската задлъжнялост. Друг е въпросът дали ако и ние се присъединим към еврозоната, няма рязко да отслабим банковата и финансовата дисциплина.

Не изключвам някой ден европейската монетарна и финансова политика да е отново в ръцете на хора като Жан-Клод Трише. Но докато те дойдат и докато се докажат, Европа ще трябва да мине през

жестоката
очистителна криза

която да проправи пътя към нещо по-добро. В момента за ЕС се очертават тежки времена на инфлационна или на дефлационна депресия.

Привържениците на присъединяването ни към еврозоната не отричат, че може да оберем купчина икономически негативи, но по политически причини според тях трябва да влезем през 2024 г. Тоест ние сме влезли в ЕС с единия крак и с по-голяма част от тялото, а вече трябва да прекрачим и с другия крак и да завършим навлизането си в Европа. А там ни чака „обилна порция“ негативи. Сякаш не стига, че точно сега цяла България страда от жестока инфлация, която се дължи и на факта, че еврото има мощна проинфлационна политика и ние привнасяме този ефект. Чехия, Дания и Швеция също са в ЕС, но запазват своята национална валута. Защо да не следваме техния пример...

На този етап икономическите минуси от влизане в еврозоната са много повече от политическите плюсове. ①



ЛЕДЕНА крипто епоха

КОЛКО ЩЕ ТРАЕ КРИПТО ЗИМАТА И ДАЛИ ОТНОВО ЩЕ ИЗГРЕЕ СЛЪНЦЕ ЗА ВИРТУАЛНИТЕ АКТИВИ

✍ Ния Илиева

2022-ра определено не е година, която светът на криптовалутите ще помни с добро. Тя донесе такъв удар върху пазара на виртуални валути, че мнозина анализатори побързаха да определят ситуацията като „крипто зима“. Най-популярната криптовалута – Bitcoin, завърши годината, губейки 60% от стойността си спрямо пика от 69 000 долара през ноември 2021 г., а целият крипто пазар се е свил с \$1,4 трилиона, смачкан от нарастващите лихвени проценти, изчезването на апетита за риск и корпоративните колапси, включително фалита на борсата FTX на Сам Банкман-Фрайд. Парзърната стойност на около 22 000 токена и криптовалута в края на 2022 г. беше по-малко от една трета от пиковите 3 трилиона долара през ноември 2021 г. и много от тези виртуални валути са в кома, ако не и напълно мъртви, казват някои по-смели анализатори.

Фондовете за крипто са отбелязали нетен приток от „само“ 498 млн. долара през 2022 г., срещу 9,1 млрд. долара през 2021 г., според данни от CoinShares, което отразява как основните финанси са се отдалечили от пазара през изминалата „ужасяваща“ година.

Случилото се през 2022 г. на крипто пазара е брутален удар върху индустрията, която започна годината с мечти за широка институционална подкрепа и с видения как едва ли не Bitcoin ще замени златото като основен инструмент за хеджиране на инфлацията в света.

Не само че криптовалутите бяха ударени от „ястребите“ на регулаторите,

но спадът им предизвика фалити на фондове и брокери като Celsius и Voyager.

„2022 г. поднесе напълно нова среда за цифрови активи. Те никога не са се тързували досега във време на рецесия или в среда на нарастващи лихвени проценти“, казва Кейти Талати, директор изследвания във фирмата за цифрови активи Arca.

Това, което някои видяха като последния пирон в крипто ковчега, беше колапсът на FTX на Сам Банкман-Фрайд през ноември.

Карибско торнадо

Миналата година глобалната борса за криптовалута FTX премести централата си на Бахамите. Отзивите от ръководния екип на FTX бяха положителни, като основателят Сам Банкман-Фрайд каза, че Бахамските острови са „едно от малкото места за създаване на цялостна рамка за крипто“.

Реалността се оказва коренно различна. Малко след преместването стана ясно, че платформата е във финансова криза, която сама е създала. Вестта беше последвана от предложение за покупка от Binance Smart Chain - най-големия конкурент на FTX в борсовата индустрия. По време на анализите на сделката екипът на Binance откри, че под лъскавата повърхност на бизнес модела и работните практики на FTX се крият доста капани. Чангпенг Жао, главен изпълнителен директор на Binance, обяви, че е вероятно FTX да е „присвоила“ средства и активи на потребителите и добави, че това не е еднократен или скорошен проблем.

Сделката се провали, оставяйки FTX без друга опция, освен фалита. Новините се влошиха, когато властите на Бахамските острови обявиха, че ще разследват платформата за финансови злоупотреби.

Криминално разследване на една от най-големите борси за криптовалута нанесе огромен удар върху доверието на потребителите в децентрализираните финанси като цяло. И направо подейства като карибско торнадо на индустрията – отнесе я!

Ето защо сега мнозина се питат дали дошлата крипто зима няма да се превърне в дълга легена епоха, или скоро е възможно да видим възстановяване на крипто мечтата, по-широко признаване на цифровите активи и въвеждане на регулации, които евентуално да ги утвърдят и направят по-масови.

Голямата бумка

Разбира се, след всяка буря небето се прояснява и за крипто играчите, пострадали през тежката 2022-ра, ще има вероятно нови възможности. Според анализатори вече започва да се вижда известна степен на консолидация на пазара, движена от големите играчи, които поглъщат по-малките, нямащи силите да преживеят тази крипто зима.

В същото време идеята за децентрализирана среда, дефинирана от регулация, предназначена за предишната крипто ера, изглежда все по-непрактична за голяма част от крипто пазара. Висшите политици са нащрек.

Внезапната имплозия на популярната борса за криптовалута FTX засили

• ПАЗАРИ •

политическата война за крипто, която вече бушуваше в САЩ. През тази година е вероятно да видим как битката ще стигне до върховете - в съдебните зали на САЩ и в Конгреса. Бъдещето на финансите висци на косъм, коментира анализ на MIT Technology Review.

Бойните линии са сложни, като има две изявени страни. Едната е гласовитата мъгла от крипто скептици, която включва видни политици и регулатори, искаща да овладее индустрия, която смята за изпълнена с измами и вредна за потребителите. Катастрофалната смърт на FTX насърчи тази група.

Втората страна са поддръжниците на децентрализацията. Членовете на този лагер са склонни да вярват, че мрежите за криптовалута като Bitcoin и Ethereum - тъй като са достъпни за всеки с интернет връзка и се контролират от обществени мрежи вместо от компании, правителства или банки - са жизненоважни за бъдещето на поверителността и финансовата свобода. Те се притесняват, че погрешните опити за регулиране могат да застрашат тези свободи.

За тази група колапсът на FTX е още едно доказателство, че централизираният контрол е опасен - и преди всичко - напомняне защо крипто изобщо съществува. Тяхната цел е базирана на блокчейн финансова система, която е по-достъпна от традиционната.

(Де)централизирай това

Едва ли съвсем в началото на новата година ще видим някакво значително подобрение на крипто пазара. Регулацията, от която инвеститорите се нуждаят, за да се почувстват сигурни, работейки с крипто брокери и борси, било то прозрачност или капиталова адекватност, може да отнеме месеци, ако не и години, докато се въведе и влезе в сила.

Истината е, че политическите държави криптовалутите на прицел много преди провала на FTX. Съдебните битки и дебатите в Конгреса, които ще видим през 2023 г., щяха да се случат независимо от това. И предвид огромната роля, която Америка играе в световната финансова система, резултатите от тези битки ще имат глобални последици.

За тези, които виждат отворения блокчейн като решаващ за бъдещето на финансите, залозите никога не са били по-високи. Могат ли да задръжат позициите си и да запазят децентрализираните финансови системи свободни от традиционните регулаторни рамки? Или политическите ще успеят да укротят тези платформи, като наложат известно степен на централизация? Тези въпроси витаят около крипто от години. Сега сме на ръба да получим отговори, смятат анализаторите.

В САЩ Комисията по ценните кни-

жа и борсите (SEC) иска да контролира търговията с крипто. Председателят Гари Генслър вярва, че много от криптовалутите в обращение са ценни книжа и трябва да бъдат регулирани като такива.

Но въпреки че правителството може да спре централизираните борси да листват нерегистрирани ценни книжа, то не може да спре борсите, които работят изцяло на блокчейн, да позволят на хората да търгуват с тези активи.

Децентрализираните борси, или DEX, са ключови за бързоразвиващия се свят на децентрализираните финанси (DeFi). Най-известната такава борса е Uniswap, която има над 1 милиард долара дневен обем на търговия. Uniswap е набор от интелигентни договори - по същество компютърни програми, които се съхраняват и изпълняват от блокчейн, и които позволяват на всеки с интернет връзка да купува и продава широка гама от криптовалути, независимо от това как регулаторите могат да ги класифицират.

Приложенията за DeFi проверяват трансакциите криптографски и всичко се записва в блокчейна. Няма посредници.

В това обаче е проблемът с децентрализираните финансови приложения - поне в очите на политическите: ако наистина няма никой по средата, няма кой да регулира. Как регулаторите могат да контролират търговията с ценни книжа на децентрализираните платформи? Как се уверяват, че не се използват незаконни средства?

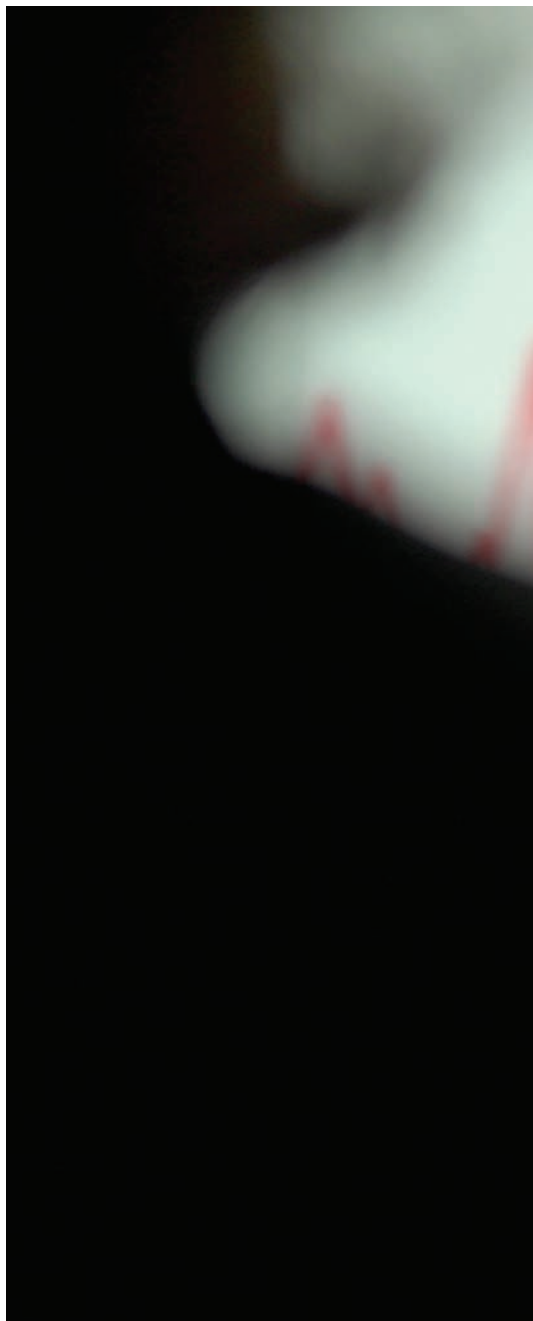
Това предизвикателство обяснява защо горещата тема за т.нар. Front end на DeFi е на път да се развихри във Вашингтон тази година.

Т.нар. Front end е индустриалният термин за уеб базираните потребителски интерфейси, чрез които повечето хора имат достъп до DeFi протоколи. Липсата на такива изисква известно специализирано техническо ноу-хау.

Големият въпрос сега е дали трябва да се изисква от правителството предоставяне на Front end на DeFi, за да се получи лиценз за търговия.

Популярността на DeFi експлодира през последните две години. Поддръжниците твърдят, че регулирането на т.нар. Front end може да бъде фатално за децентрализираните финанси, защото би поставило бариера за навлизане, а целта на блокчейн е именно да премахва подобни бариери.

Със сигурност може да се каже, че въпросът дали регулаторите ще получат контрол върху ключовия Front end на децентрализираните финанси ще окаже дълбоко влияние върху това как тази основополагаща технология се развива оттук нататък. Битката се очаква да стигне до много съдилища и дори Конгресът да се намеси.



Поверителност

Защитниците на DeFi се изправят срещу регулаторите и на друг фронт, където основният проблем е поверителността. Залозите за бъдещето на децентрализираните финансови системи не са били по-високи, отколкото в случая с Tornado Cash.

Tornado Cash е набор от интелигентни договори в блокчейна на Ethereum. Те позволяват потребителите да депозират набор от криптовалути от други хора и след това да ги изтеглят на различен адрес, като същевременно използват усъвършенствани криптографски техники, наречени zero-knowledge proofs (от англ. - доказателства с нулево познание), за да гарантират, че няма публична връзка между адреса на депозит и адреса за теглене. Това означава, че парите вече не са обвързани в блокчейна с минали трансакции на потребителя, което ги прави



по-трудни за проследяване и осигурява много високо ниво на поверителност.

През август м.г. Службата за контрол на чуждестранните активи на Министерството на финансите (OFAC) санкционира 45 адреса, свързани с платформата, като на практика забрани на американците да я използват и унищожи потребителската ѝ база. Агенцията заявява, че е предприела действията, защото Tornado Cash е била използвана за „пране“ на милиарди долари, включително стоици милиони, откраднати от хакери, спонсорирани от Северна Корея.

OFAC е санкционирала блокчейн адреси, свързани с чуждестранни лица и преди, но никога не е санкционирала интелигентен договор. И няма правомощия да го прави, твърди Питър Ван Валкенбърг, директор на изследванията в Coin Center, лобистка група от Вашингтон. Както отбелязва Coin Center, много от разговорите, санкционирани от OFAC,

не могат да бъдат модифицирани, блокирани или изключени от който и да е от разработчиците на Tornado Cash; те съществуват независимо от човешка намеса.

Въпреки че OFAC има законовите правомощия да санкционира хора и определени чуждестранни юридически лица, тя не може да забрани на американците да използват инструмент като Tornado Cash, казва Валкенбърг: „OFAC не може да казва на американците кои софтуерни инструменти могат и кои не могат да използват“.

Coin Center заведе дело срещу Министерството на финансите, насочено към отмяна на санкциите и блокиране на опита за „ограничаване на очевидни и основни права на неприкосновеност на личния живот“. Освен че OFAC няма правомощия да забранява софтуерни инструменти, Coin Center също твърди, че санкциите нарушават конституцията.

Популярната американска крипто борса Coinbase финансира друго подобно дело срещу Министерството на финансите.

Целият крипто свят следи отблизо сагата Tornado Cash, защото - каквото и да се случи, резултатът ще оформи бъдещето на онлайн финансите.

Залогът и в двата по-горе представени случая е свободата да се използва услуга, базирана на блокчейн, без да се търси разрешение от правителството. Със сигурност можем да очакваме, че истински вярващите в криптото ще се борят с всички сили, за да запазят тази свобода.

Разграничения

Съществува също важно и често пропускано разграничение между крипто активите и блокчейн технологията, която ги подкрепя. Блокчейн може да донесе реални ползи и ще продължи да се развива. Неотдавнашното прехвърляне

• ПАЗАРИ •

на Ethereum към нова платформа (наречена The Merge) е поразителна илюстрация за това.

Друга мощна критика към крипто пазара е огромното му потребление на енергия във време на глобално затопляне и нарастващи цени. Енергията, от която се нуждаят тези системи, може да бъде астрономическа и нараства през цялото време. Bitcoin например днес консумира повече енергия от Аржентина.

Но тук не става въпрос само за намаляване на потреблението на енергия. Блокчейнът на Ethereum The Merge проправя пътя за радикални настройки, които ще подобрят скоростта на трансакциите и ще стабилизират разходите на платформата. Това може да помогне на цялата крипто индустрия, която върви към по-екологично бъдеще.

Мейнстрийм

Би било лесно да си представим, че утвърденият финансов елит, срещу който крипто светът толкова често се определя - ще изпитва чувство на злорадство след срива. Но мнозина, включително банките, внимателно наблюдават напредъка на технологията и разнообразяването на случаите на използването ѝ.

Най-пържавите банки претенденти вече започнаха да се възползват от продължаващото клиентско търсене на крипто, като някои се регистрираха като фирми за крипто активи при регулаторите, което може да се прочете като залог, че ще останат на крипто пазара.

Виртуалните валути и блокчейн технологията, чрез която работят - все повече навлизат в мейнстрийма и ще продължат да променят финансовия пейзаж. Резултатът е, че вниманието към потенциалното регулиране ще продължи да се засилва, докато регулаторите се борят да балансират иновациите със защитата на потребителите.

Европейският съюз е в процес на въвеждане на нов пакет регулации - Регламент за пазарите на крипто активи (Regulation on Markets in Cryptoassets - MiCA), който е предназначен да защити потребителите и да увеличи прозрачността на европейския крипто пазар. В същото време регулаторите в Австралия разглеждат проектозакон за регулиране на определени доставчици на крипто активи, докато Обединеното кралство се придвижва към регулиране на крипто валутите и т.нар. stable coins като част от правителствените планове да превърнат страната в „глобален технологичен център за крипто активи“.

В крайна сметка финансовите пазари се движат на цикли и в момента такъв преживява и крипто пазарът. Колко време ще отнеме настоящият цикъл и как ще изглежда пазарът след това, може



да се гадае. Но блокчейн технологията и крипто активите ще продължат да играят роля в съвременните финансови екосистеми - очевидно има стойност в тях.

„Погрешно е да се каже, че крипто пазарът ще се свие и ще умре напълно, защото има елементи от него, които могат да бъдат полезни в други области, и вероятно ще се запази един по-скромнен като обем пазар на крипто валута, който ще продължи да процъфтява в границите на финансовите пазари,“ казва стратегът на UBS Джеймс Малкълм пред Ройтерс.

Според проучване на Morgan Stanley някои асет мениджъри виждат хоризонт

от 10-15 години за превръщането на дигиталните активи в мейнстрийм.

Междувременно още през 2023 г. традиционният финансов свят може да се възползва от някои от доказаните вече предимства на крипто като блокчейн платформи и някои активи, да се появят токенизирани облигации и акции, или може би дори централни банки да пуснат свои цифрови валути.

Както казва Малкълм от UBS, това може просто да покаже, че крипто е предназначено да бъде повече „еволуционно, отколкото революционно развитие на финансовите пазари“.

А ще видим ли и революция? Само времето ще покаже. 📌



ESG News

Is Your Business Ready
To Take Climate Action?

www.esgnews.bg

Environmental | Social | Governance | Ecology | Green

БИЗНЕСЪТ
ИЗПИТВА ГЛАД
ЗА КАДРИ, А
ДЕМОГРАФСКАТА
КАРТИНА СЕ ВЛОШАВА.
КАКВИ СА
НЕОПОЛЗОТВОРЕНИТЕ
РЕЗЕРВИ



БЪДЕЩЕТО на сребърния капитал

✍ Яна Колева

Когато бизнесът изпитва хроничен недостиг от хора, а демографската картина внася проблемът с кадрите да се задълбочава, започваме да търсим скрити ресурси. Защото само след 10-15 години около 40% от работната сила ще е на над 55-годишна възраст. Застаряването на работната сила поставя все по-настойчиво въпроса за целенасочена промяна в моделите на управление, по-

ефективно оползотворяване на „сребърния“ човешки капитал, насърчаване на солидарността между поколенията и използване на възрастовото многообразие в интерес на икономиката и обществото. В този контекст се налагат концепциите за управление на възрастта и активно стареене, казва Томчо Томов, ръководител на Националния център за оценка на компетенциите към Българска стопанска камара. Направеното от БСК изследване на поколенческите характе-

ристики на работната сила в България дава яснота за състоянието и тенденциите. Ето някои обобщения:

Над 300 хил. са пенсионерите, за които този условен край на трудовата кариера не води до пълен отказ от трудова заетост. Статистиката показва, че до около 4-5 години е средната продължителност, в която хората не спират да работят и след пенсионирането си. Има и такива, които са активни на работното място дори до 71-72 години,



някои остават и след това.

Нараства средната продължителност на живота

В последните 80 г. у нас тя се е увеличила с около 22 г. и е достигнала 80.3 г., като жените живеят със 7.3 г. повече от мъжете. България е с най-ниска средна продължителност на живота сред страните от ЕС, където този показател е 81 г. Нашата страна е с най-висока смъртност, а причините са комплексни – здравната култура, състоянието на здравната система, начинът на живот, наследствените фактори и заболявания, по-ниският стандарт на живота. За 20 г. населението у нас в работоспособна възраст е намаляло с над 650 хил. души. Дължи се на ниската раждаемост, високата смъртност и миграцията. С тези темпове към 2035 г. намаляването на

работоспособното население ще надхвърли 1 милион души. Ще се влошава коефициентът на демографско заместване, който показва колко души в трудоспособна възраст се вливат в пазара на труда на всеки излязъл. През 2001 г. този коефициент е бил 124 влезли към 100 излезли. През 2021 г. на 100 излезли влизат 69.

Демографският срив

е проблем номер едно за България. Причините са комплексни, една от тях, на която не се отделя нужното внимание, е т. нар. „отложена зрелост“ при младите поколения. Те не бързат да поемат задълженията си и продължават да живеят със своите родители, по-късно създават семейство и по-късно стават икономически активни. Средно мъжете в България напускат родния дом след 31 години, а жените – на 27 години. Данните на Евростат показват, че колкото по-богата е държавата, толкова по-рано

младите напускат семейния дом.

Средната възраст на жените в България, раждащи първо дете, непрекъснато нараства и ако през 1996 г. тя е била около 22 г., то през 2020 г. приближава 28 г. Около 20% от младите хора до 29 г. в България попадат в категорията NEETs – нито учещи, нито работещи, без желание да поемат социални отговорности, отказващи да мислят за семейство, образование, работа и кариера.

България разполага с

неизползван потенциал

който може ефективно да се оползотвори:

- Огромният резерв наши сънародници, живеещи и работещи извън страната. Връщане на част от тях. Това може да стане, ако се създадат подходящи условия и се повиши стандартът на живот в България, свързан с възнаграждения, здравеопазване, инфраструктура,

• ЧОВЕШКИ РЕСУРСИ •

качество на услугите. Тези българи може да се привличат с различни проекти, гъвкави форми на заетост и преференциални условия за завръщане. Трябва да се облекчат процедурите за работа и привличане на таланти от чужбина, предимно от общностите с български произход.

- Създаване на повече възможности за включване на жените в пазара на труда. Това изисква по-гъвкави трудови отношения, условия и режим на труд. Разширяване участието на жените в придобиването на STEM квалификации – професии в областта на науката, технологиите, инженерството и математиката.

- Немалък е дялът на хора в трудоспособна възраст извън пазара на труда. Търсене на резерви сред онези, които не са икономически активни, не учат и не работят. Социалните помощи трябва да се обвържат с увеличаване на трудова активност, а не с отказ от нея. Необходимо е да се приложат ефективни мерки за равнопоставен достъп до пазара на труда, за привличане и създаване на подходяща работна среда на хора с увреждания, хронични заболявания и трудоустроени поради професионални заболявания.

- Създаване на условия за уължаване на трудовия живот и способността за работа. Създаване на работна среда, съобразена с потребностите на възрастта. Неизбежно е да се използва потенциалът на хората в пенсионна възраст. Има над 500 хил. пенсионери, които са със съхранен потенциал, имат висока квалификация, владеят чужди езици, натрупали са опит. Този „сребърен“ капитал не бива да се пренебрегва. През 2014 г. работещите пенсионери са били 206 хил., през 2018 г. - 295 хил., а сега надхвърлят 300 хил. души. Нарастването на техния брой се дължи на посъпването на живота, ни-

ските пенсии и дефицита от работна сила. Това е поколение, свикнало да работи. Тези хора по-трудно се откъсват от професията. С тях може да се сключват и целеви договори за обучение и предаване на знания и опит на по-млади работници и служители.

Управлението на

поколенческите различия

изисква осмисляне, но и нови умения. Развитието на технологиите променя начина, по който живеем, работим и взаимодействаме. Променят се природата на труда, характерът на професиите и същността на работните места. Технологиите свързват, но и разделят хората, като създават нови форми на социално неравенство. На работното място вече са четири различни поколения, които трудно се разбират. Всяко от тях държи на определен вид стимули и условия в работата, склонно е да мобилизира трудовия си потенциал и енергия по различен начин. Изчезва старшинството по отношение на възрастта. В миналото ценностите и възгледите на по-старите поколения доминираха над по-младите. Турбулентната среда, кризите, технологичната промяна и преходите в бизнес моделите задълбочават дистанцията между нагласите, уменията и пригодността на отделните поколения. Днес равновесието и ефективността в организацията са резултат от осъзнаването на наличието на различни поколенчески ценности. Затова управлението на многообразието изисква използване на силните страни на всяко поколение в интерес на работата, канализиране на енергията, постигане на синергия и създаване на добавена стойност от поколенческите различия. Това налага приспособяване към новите реалности на пазара на труда и преосмисляне на традиционните практики.



„
Не можем да отключим
човешкия потенциал,
ако не коригираме
радикално нагласите и
политиките в
УПРАВЛЕНИЕТО
НА ХОРА

Тодчо Тодов



Силата на младостта и опита

Поколение Т (родени преди 1964 г.)

- харесва лидер, който е консервативен, принципен, решителен, дава личен пример, гържи на правилата, регламентира, контролира, санкционира справедливо, поема отговорност.

Ценности: Сигурност, достойнство, уважение, търпение, личен и трудов морал, правила за всички, авторитет, строг контрол, знание, спокойствие. Обичат традиционния начин на общуване лице в лице. Отнасят се с резерви към социалните мрежи и новите технологии. Това им създава проблем в комуникацията с по-младите.

Мотивация: Живеят, за да работят. За тях сигурността на работното място е най-важна. Държат на подходящите условия на труд, на справедливата оценка. Искат работа без стрес. Съчетават личните си цели с целите на предприятието. Силно обвързани са с професията си. Склонни са да се фокусират върху риска, който би възникнал от дадена промяна. Доверяват се на модели, които са изпитали в практиката.

Поколение Х (родени след 1964 г.)

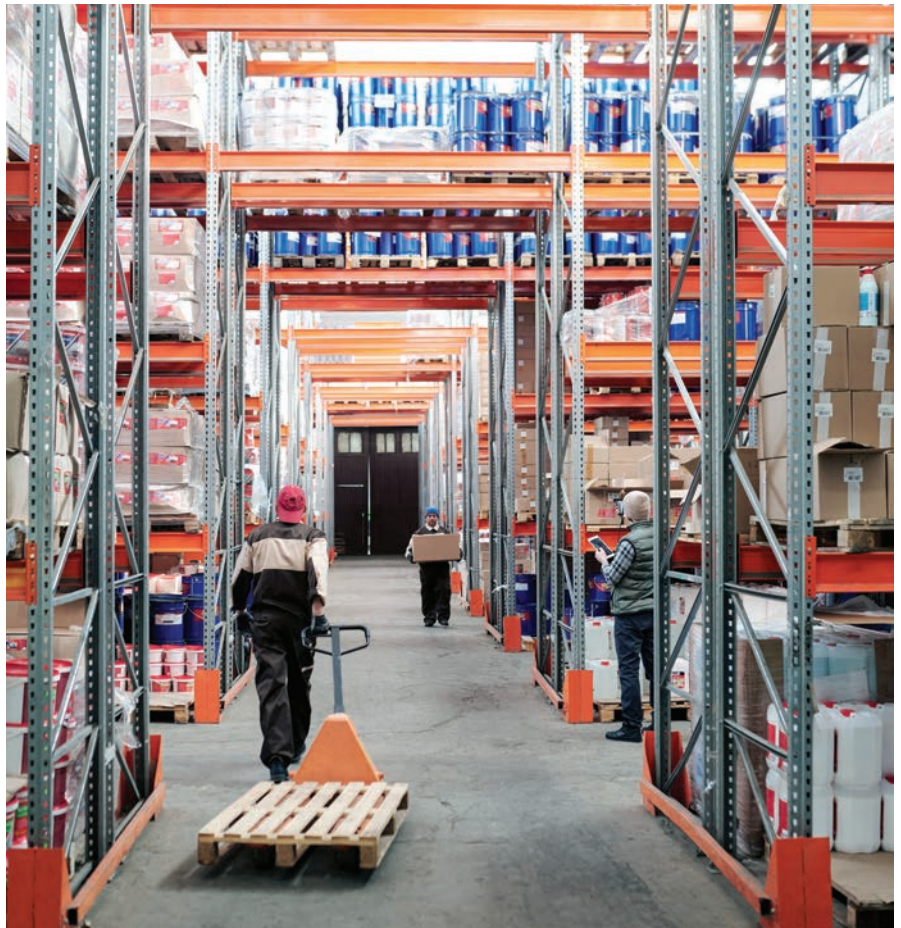
- гържи мениджърът да е добронамерен, да дава свобода на действие, да не робува на правила и изисквания. Изискват да бъдат оценявани според опита и приноса. Това поколение гържи много на семейството, преплетени са в семейни връзки и отговорности.

Ценности: Високи доходи, стабилност, семейство. Влияят се от външното мнение. Присъщият им индивидуализъм им създава проблеми в общуването с по-младите от тях. Трудно се сработват с другите, тъй като са поколение, в което всеки е трябвало да се справя сам с много неща. Впечатляват се от новите технологии, но не ги абсолютизират, използват ги целенасочено в работния процес и за свои лични интереси.

Мотивация: Работят, за да живеят. Държат на възнаграждението и справедливата оценка на техния труд, на автономността в работата.

Поколение Y (27 – 39 години)

- очакват мениджърът да е професионалист и перфектен организатор. Включва хора, добре образовани и квалифицирани. Те обаче винаги са с единия крак извън компанията. Държат много на възможността за кариера и за развитие. До голяма степен са перфекционисти. Справят се с предизвикателствата на промяната, търсят я като шанс да се развият. Искат да получават всичко сега и на момента. Търсят



комфорт и високо качество на живот, без отлагане на придобивките и преживяванията.

Ценности: Израснали са с новите технологии. Търсят успех, щастие, удобство, високи доходи. Намират добър език и взаимодействие с всички поколения. За тях е важно да са агенти на промяната и двигатели на новото.

Мотивация: Работят, за да постигат и успяват. Имат свой вътрешен огън, може да се запалят по дадена професия, да изпитват удоволствие от постигнатото. Но имат вътрешен Аз със свои стандарти и критерии за успех. Склонни са да експериментират и да променят.

Поколение Z (18 – 26 години)

- за тези млади хора ръководителят е тренер и ментор, коуч, който помага, съветва, проявява разбиране. Искат той да е иновативен, отворен към нови идеи и към промяна. Да е човек, който да им помага и да е толерантен към грешките. Видео игрите са ги настроили по определен начин.

Ценности: За тях работата трябва да е и развлечение, да има разнообразие и

предизвикателство, да носи смисъл. Независимост, свобода, приятелство са отправна точка. Важно е компанията да е с добра репутация. Имат вътрешна необходимост от каузи и доброволчество. Възнаграждението е важно, но гържат и на възможностите за обучение и за развитие на професионализма. Проблемът е в т. нар. афилиация – създават свои общности, в които не допускат други. Това е най-неразбраното поколение, но и то не полага усилия да разбира другите. Нямат толерантност към по-възрастните поколения. Не правят компромиси, открито отстояват позиции. Използват различни технологии за общуване. Отхвърлят традициите и статуквото. Имат свои приоритети в живота и в работата си. Правят кариера и в личния си живот, важен им е балансът между работа и времето за себе си.

Мотивация: Работят, за да се забавляват и усъвършенстват. Възнаграждението е важно, но трябва да ги привлича и каузата на предприятието. Държат на технологиите, които се използват в работата. Свободата на общуването е важен приоритет. Стремят се към разнообразие и предизвикателства. ①



Бързият растеж на игралната

ИНДУСТРИЯ

ДИНАМИКАТА В ТОЗИ БИЗНЕС Е ГОЛЯМА, СЛЕД РАЗВИТИЕТО НА ОНЛАЙН СЕГМЕНТА БЪДЕЩЕТО Е В ПОСОКА МЕТАВСЕЛЕНА, КРИПТОВАЛУТИ, БЛОКЧЕЙН

✦ Яна Колева

Игралната индустрия е динамично развиващ се сектор. Организаторите и операторите на такъв бизнес приемат гейминга като развлечение и алтернатива за свободното време на хората. В него добрите резултати

се постигат с дългогодишна работа и следване на определени цели. Геймингът е световно ориентиран бизнес и за да може да растеш, трябва внимателно да наблюдаваш какво се случва на пазара, а всеки конкретен пазар има своите специфики, обясняват от индустрията.



Международното изложение на игралната индустрия BEGE 2022 показва динамиката в развитието на сектора

Кризата като възможност

Игралният свят понесе значителни трансформации в периода 2020-2022 г., които са следствие основно от пандемията и променените навици на потребителите. В настъпилата криза тази индустрия се промени драстично. COVID рестрикциите имаха негативно влияние върху физическите обекти - наложи се да бъдат затворени за големи периоди и възможността за генериране на приходи беше прекъсната. Но както казват, когато се затвори една врата, се отваря друга. Така стана и с този сектор. Онлайн игрите се оказаха нишата, която запълни празнината. „В кратък

Тенденции

- Периодичното затваряне на традиционните игрални зали, казина и бинго зали през 2020-2021 г. повлия и върху производителите на игрално оборудване. Те намалиха продукцията си, но се насочиха към разработки на нови линии продукти и технологии. Именно това катализира бързото възстановяване на компаниите производители и доставчици, които през 2022 г. възвърнаха нивата на предлагане от 2019 г.
- Клиентите съчетават посещението на наземни зали с използването на онлайн продукти, което води до естествена синергия между двата сегмента на този бизнес.
- В двете основни направления в онлайн сегмента – спортни залози и казино, има известно разместване. През 2020 г. и началото на 2021 г. спортните залози отстъпват позиции заради отмяната на първенства и срещи, но през 2022 г. отново настъпва нормализиране.
- Промяната на навиците на потребителите и припознаването на мобилните телефони като основен източник на информация, забавление и връзка с околния свят допринасят за ръста на използваните игрални услуги през смартфоните. Приложенията също допринасят за развитието на онлайн игрите. Използването на смартфони, съчетано с бързото навлизане на по-добра интернет свързаност, прави връзката с онлайн игралното съдържание още по-доставна.

срок потребителите се пренесоха от реалната към виртуалната среда. Особено в такива моменти технологиите дават светкавичен отговор и дори изпреварват регулациите. Преди 10 г. пазарът на онлайн гейминга не беше регулиран. Отне доста време това да се случи, а пандемията му даде невероятен тласък. Средата също се изменя непрекъснато, появиха се електронни портфейли, криптовалути. Всичко това влияе и върху този сектор. Адаптацията на компаниите стана бързо, те показаха, че може да реагират адекватно, за да се приспособят към новата обстановка“, обяснява Ангел Ирибозов, председател на УС на Асоциацията на игралната индустрия в България. Според него често регулаторните органи не са в състояние да отговорят бързо на новостите на пазара, което донякъде възпира операторите и организаторите на гейминг индустрията да внедряват новостите.

Пулсът на промяната

2022-ра е силна година за този бизнес. Погледнато през данъците: на 240 млн. лв. възлизат приходите, генерирани от игралния сектор в държавния бюджет до 30 септември 2022 г. Технологичните решения в сектора се развиват, за да отговарят и на регулаторните изисквания. През 2021 г. постъпленията от игралната индустрия са в размер на 241 млн. лв., което е с 25% повече от 2020 г. Данните бяха обявени при откриването на международното изложение на игралната индустрия BEGE 2022 в София. „Наблюдава се трайна тенденция на значителен ръст в онлайн сегмента с възход през първите четири месеца на 2021 г., когато беше ограничен достъпът до

физическите игрални зали“, посочва Ангел Ирибозов. Той обръща внимание, че индустрията се трансформира и заради ускореното развитие на технологиите, като точно на такова изложение може да се усети пулсът на новата динамика. „С компаниите от сферата работим изключително коректно“, уверява изпълнителният директор на Националната агенция по приходите Борис Михайлов. И уверява, че с представителите на този бизнес имат единоумислие относно важността на отговорния хазарт.

Разместване на пластове

Няколко събития имат отражение върху дейността на сектора. Те настъпиха през първото тримесечие на 2020 г. С промени в Закона за хазарта бяха забранени частните лотарии и се преустанови разпространението и продажбата на билети, фишове, талони или други удостоверителни знаци за участие в съответните игри, без билетите на Държавно предприятие „Български спортен тотализатор“. Лицензите за организиране на лотарийни игри, с изключение на томбола, бинго, кено и техните разновидности, издадени на организатори, различни от държавното томо, бяха прекратени и съответните удостоверения за издаден лиценз се обезсилиха. Отнети бяха лицензите и бе прекратена дейността на двата най-големи частни оператора при лотарийните игри – „Ню Геймс“ АД, която провеждаше игрите на „Националната лотария“, и „Евробет“ ООД, която провеждаше игрите „Еврошанс“ и „Лотария България“. Без лиценз остана и наземният хазартен оператор „Еврофутбол“ ООД. Последва още едно



© Красимир Сбраков

Гейминг индустрията се трансформира бързо заради ускореното развитие на технологиите

събитие, което доведе до промени в сектора: Закрита бе Държавната комисия по хазарта, като регулацията и контролът на игралната индустрия бяха превърнати към Националната агенция по приходите.

Развитие

Председателят на Асоциацията на игралната индустрия в България споделя, че секторът е високо конкурентен и заради бързото развитие на спортните онлайн залози компаниите, които ги предлагат, вече са 12 с 29 лиценза. Откриват се казина в най-големите луксозни хотели. Но събитието на годината е, че за първи път на Българската фондова борса е листвана компания от сектора на развлекателната индустрия. Това е операторът на хазартни игри „Телематик Интерактив България“.

Поглед отвън

„Сливането на наземните компании с онлайн хазарта е най-голямото предизвикателство пред игралната индустрия“, смята Алекс Хаберл, мениджър Регулаторно развитие в GLI Еигоре В.В. Като експерт той е на мнение, че хазартната индустрия е нишов пазар и дава възможност на стартиращи бизнеси от източноевропейските държави да открият международни дос-

Многомилиардният бизнес по света

Финансовите резултати на индустрията в световен мащаб показват тенденция за стабилни темпове на ръст. За 2021 г. игралната индустрия генерира 492 млрд. долара, а за 2022 г. – 747.9 млрд. долара, сочи изследване на Research and Markets и Acumen Research and Consulting. Спортните залози, които са в две гру-

пи – онлайн и офлайн, са най-бързо развиващият се сегмент. Казино бизнесът също се разделя на онлайн и наземен, като играта на живо генерира 94,3% от приходите в казино дейността по света. Делът на приходите от онлайн гейминг на целия пазар е 73.42 млрд. долара през 2021 и 81.08 млрд. долара през 2022 г.

тавчици. „Наблюдаваме регулациите в цял свят. Когато онлайн хазартът се появи, това беше територия като Дивия запад. Но технологиите започнаха да движат индустрията. Днес, погледната отвън, България се явява център, своеобразен хъб за онлайн хазарта. И можете да се гордееете с това“, посочва д-р Йорг Хофман, старши сътрудник в Melchers Law Firm. Той обръща внимание, че обикновено регулаторите следват развитието на пазара, но играчите го оценяват. „Разработчиците на игри предлагат решения, които са и превенция срещу зависимости“, информира Питър Ремерс, съпредседател на отдела по залаганя към Международния съвет по алкохола

и други пристрастености (ICAA) и член на борда на Европейската асоциация за изучаване на хазарта (EASG).

Накъде

Пред компаниите от развлекателната и игралната индустрия в България посто-янно се отварят възможности за създаване на нови стратегически партньорства и реални перспективи за стъпване на нови пазари. Стига да са креативни и реактивни на всичко онова, за което пазарът е готов да се отвори. Динамиката в този бизнес е голяма, бъдещето е в посока метавселена, криптовалюти, блокчейн. Добрият маркетинг и тук има решаващо значение.

Преди всички на БФБ

„Телематик Интерактив България“ АД спечели престижното отличие „Най-забележителна компания в игралния сектор“ по време на годишните награди BEGE 2022. С какво обаче заслужи този приз? През март 2022-ра дружеството стана първата компания от игралната индустрия, която излезе на Българската фондова борса. „За нас е огромна привилегия да получим това отличие в първата година от излизането ни на БФБ. От 2014 г. насам дружеството непрестанно се развива и към този момент нашият екип наброява повече от 100 души квалифицирани специалисти, които работят за престижа и разрастването на компанията“, коментира главният изпълнителен директор на „Телематик Интерактив България“ Лъчезар Петров.

Онлайн фокус

Бизнесът на „Телематик Интерактив България“ е в сферата на онлайн игралната индустрия. През последните години дружеството отбелязва стремително развитие с много висок ръст, което логично води до решението на акционерите в компанията да листнат фирмата на Българската фондова борса. Компанията е изцяло фокусирана върху

онлайн сегмента, осъзнавайки, че онлайн услугите са най-бързо развиващата се сфера, като тенденцията е процесът да се ускори. Дружеството има и много гъвкава маркетингова стратегия, която включва свържано рекламно присъствие, обвързано само с определени цели и каузи.

Постижения

Акциите на „Телематик Интерактив България“ се търгуват от 22 март 2022 г. и само след няколко месеца то се нареди сред 20-те най-големи по пазарна капитализация на българския капиталов пазар. През септември БФБ реши да присъедини компанията към широкия индекс VGBX 40, като един от трите му нови компонента. Дружеството увеличи пазарния си дял, въпреки ожесточената конкуренция в последните месеци на миналата година заради навлизането на нови компании. Обясняват растежа като следствие от своята добра стратегия и позиция на пазара. Още в първата година дружеството разпредели дивидент, който е над 50% от печалбата за 2022-ра, след облагане с данъци. Това значително надвишава заложените в устава 40%. Изплатен е и непаричен дивидент под формата на акции.

Визия

След наистина силната 2022 г. Съветът на директорите е взел решението акциите на дружеството да бъдат регистрирани за търговия на Франкфуртската фондова борса. Намерението е в съответствие с визията за развитие на дружеството, което вижда потенциал за значителен растеж и експанзия на международния пазар, както и за осигуряване на по-добра ликвидност и привлекателност на акциите на компанията.

Каузи

„Телематик Интерактив България“ е социално отговорна компания, която стои зад каузи с широк обществен резонанс, каквито са спонсорството на ПФК „Левски“, на Българската федерация по художествена гимнастика, на отбора на „Златните момичета“, на индивидуални спортисти, както и подпомагане на културата и млади музикални таланти посредством бранда Palms Music.

Крайни собственици на мажоритарния акционер в „Телематик Интерактив България“ са Мило Борисов и Роси МакКий. Те са предприемачи и меценати, които имат над 25 години опит в бизнес управлението.

ТЕЛЕМАТИК ИНТЕРАКТИВ БЪЛГАРИЯ“ ПРЕДПРИЕМА ЕКСПАНЗИЯ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ПАЗАР, ЩЕ СЕ ЛИСТВА И НА ФРАНКФУРТСКАТА ФОНДОВА БОРСА



Мило Борисов



Роси МакКий



ШАМПИОНИ в иновациите

АКТИВНА СТАРТЪП СРЕДА
И НИШОВИ ИНВЕСТИЦИИ
ПРАВЯТ БЪЛГАРИЯ НЕОЧАКВАН
МЕЖДУНАРОДЕН БИЗНЕС ЛИДЕР

✍ Мая Цанева

В края на 2022 г. годишният доклад Иновации.бг на Фондация „Приложни изследвания и комуникации“ откроя няколко добри новини за България. Първата е, че страната ни развива динамична стартърп предприемаческа екосистема. Осигурява 20% от общия пазар на работни места в нововъзникващи компании в Югоизточна Европа - с най-много създадени работни места (на 100 000 население) в стартърп фирмите - 80. За сравнение, Гърция има 60, а Румъния - 45. Изданието цитира данни от Доклад за дейността на фондовете за дялов и рисков капитал в Югоизточна Европа 2022 на Българската асоциация за дялово и рисково финансиране. В страната ни има над 1600 нововъзникващи фирми, по данни за 2021 г. За сравнение, в Югоизточна Европа Гърция е с 1700, а Румъния - с 2800. Стойността на българските новосъздадени фирми се оценява на около 5,6 млрд. долара, като най-скъпите компании са Gtmhub, Dronamics и Raunhawk, първият български еднорог. Финансирането за стартърп фирми в България изглежда по-достъпно от средноевропейското и над два пъти по-достъпно спрямо региона.

Втората добра новина е, че бизнестът продължава да е локомотивът в иновациите, и то в нишови сфери, което ни прави неочакван световен лидер. През 2021 г. персоналът, зает с научноизследователска и развойна дейност (НИРД) в България, е 34,6 хил. души. Почти половината от тези специалисти работят в компании (46%) и разполагат с 66% от финансирането за нови разработки. Интерес-

на подробност е, че броят на малките предприятия (с брой на заетите 10-49 души) в класацията по брой персонал, зает с НИРД, се удвоява до 17%. Растат и партньорствата между бизнес и университетите.

И една тенденция: редица български иновативни компании целенасочено не използват заеми, а планират инвестициите си само на базата на приходите от дейността им; вместо да аутсорсват дейности навън (каквото беше трендът доскоро), залагат на самостоятелността си. Това се случва в отговор на пандемията, когато всички, когото разчитаха на по-сложни мрежи за доставка, имаха сериозни логистични проблеми.

Защо тези новини са важни? В конкурса „Иновативно предприятие на годината 2022“ финалисти и победители бяха компании от различен калибър, които споделят сходни предизвикателства и успехи, често в нишови сфери. Две от тях - „Нюки Ротор Авиейшън“ (победител в категория „Иновация в креативните индустрии“) и Money Making Moms (Мъни Мейкинг Мамс - финалист в конкурса в категория „Качество на живот“) са малки компании - и примери как се случват тези добри новини и тенденции.

Друг акцент: женското стартърп предприемачество е в подем. Престои и първата голяма вълна на излизане от фирмите на собствениците-основатели, така че е интересно как две нови, но различни начала, ще се развият.

Две дами, представители на компанията, отличени за най-добри иновации през изтеклата година, разказват за предизвикателствата:

МИГЛЕНА КОПЧЕВА:

Стартираме производство на хеликоптер и нов автожир

„Ники Ротор Авиейшън“ е създадена през 2010 г. Тя се ръководи от баща и дъщеря - Николай Николов и Миглена Копчева. Компанията създава и произвежда първия и единствен български автожир. Предприятието е създател и на модели автожир, които летят в небето над държави в Северна и Южна Африка, Австралия, Чешката република, Сърбия, Германия, Нова Зеландия. Компанията се развива със собствени средства, с В2В представители в десетки държави. През 2022 г. компанията печели наградата „The best two seated autogyro“ от Bensen Days, САЩ, и приз „Grand Champion“ на Popular Rotorcraft Association, САЩ.



Миглена Копчева и Николай Николов управляват „Ники Ротор Авиейшън“

- Г-жо Копчева, как семейството ви се насочи към тази ниша? Как се е развил бизнесът накратко?

- Интересът към авиацията на баща ми, основател на компанията, датира от много преди създаването ѝ. Още през 2000 г. той разработва първия си прототип на хеликоптер, който, въпреки че не достига до пазара, действа като трамплин за по-мощен проект. През 2004 г. той стартира проект за първия автожир, който по-късно получава името НИКИ 2004. 4 години по-късно автожирът прави първия си успешен полет на летище Габровница, близо до Монтана. Моделът претърпява подобрения и през 2009 г. на пазара се появява първият български автожир с име-

то „Lightning“. Малко след това започва и производството на „Kallithea“.

- Има ли традиции в моделирането и изграждането на автожир в България? Как намирате персонала, как се справяте с развитието на технологията?

- Нашият бизнес е изключително нишов. България е страна с традиции в авиацията, но компаниите, които се занимават с такава дейност, не са много. Нашите машини се проектират и произвеждат изцяло от нашия екип, като за целта в компанията работят професионалисти, каквито не се намират лесно поради спецификата на дейността. Затова се стремим да налагаме постоянно нови технологии и да инвестираме

в квалификацията на екипа. Нашата цел е да покажем, че в България има страхотна среда за правене на бизнес и не отстъпва на европейските държави. Предиизвикателствата, които срещаме, вероятно среща и всяка друга компания, която се занимава с нещо толкова специфично.

- С какво печелите клиенти на международния пазар? Как намерихте там мястото си?

- Нашият основен пазар е чужбина поради значително по-голямата популярност на този тип летателни апарати в страни като САЩ, големите държави в Европа и др. Мястото си намерихме естествено, тъй като в про-

изводството на автожири е интегриран карбон, който произвеждаме и обработваме сами, както и има възможност нашите клиенти да направят своя автожир наистина „свой“. Даваме възможност за избор на специфичен интериор и екстериор.

- Какво предстои през 2023 г.?

- През 2023 г. ни предстои да дадем „зелена светлина“ на нови проекти - производството на хеликоптер и на side-by-side автожир, т.е. автожир, в който пасажерите стоят един до друг, не един зад друг. Целта ни е да разширим нашата партньорска мрежа и да отворим представителства в държави, в които още не сме „кацнали“.





Детските
полезни
близалки
търсят пазар
и в чужбина

ЖУЛИЕТА ДИМИТРОВА:

Жените са все по-активни в бизнеса и иновациите

„Мъни Мейкинг Мамс“ (Money Making Moms) е стартап, създаден от детския стоматолог д-р Цвети Дучева, с двадесет години практика, и Жулиета Димитрова, предприемач с 20 г. опит в различни индустрии, включително мехатроника. Те създават първите лакомства за деца, тип близалка, без захар и киселини, които да не предизвикват кариеси, с естествени аромати и обкусители. Рецептата е създадена в партньорство с екип от Университета по хранителни технологии в Пловдив. Фирмата им представи Dr.Cveti Dental Lollipop през октомври 2022 г. Близалките се предлагат по B2B модел в аптеки, в зъболекарски клиници, чрез онлайн магазин.



Д-р Цвети Дучева (вляво) и Жулиета Димитрова вече имат марка „Високи постижения в иновациите“

- Г-жо Димитрова, защо и как се събрахте с д-р Цвети Дучева?

- С д-р Цвети Дучева се запознахме преди 5 години. Тогава и двете бяхме успешно развиващи се в различни професионални сфери на дейност. През 2020 г. се оказва, че всяка една от нас е претърпяла катарзис в личен и професионален план. Желанието ни да започнем и да изградим отново живота си, синергията помежду ни, бяха отправната точка за създаването на Money Making Moms, под шапката на която се реализират и нашите дентални близалки.

- Как се роди идеята за полезните близалки?

- Цвети беше споменала идеята за подобни близалки още в началото на 2021 г. Тогава бе много трудно да намерим технолог, който да се посвети на това. По време на локдауна „родихме“ идеята за приложение

за самодиагностика. Но установихме, че, за да го има, първо трябва да имаме разпознаваем продукт, и се върнахме обратно към денталната близалка Dr.Cveti - бранд сам по себе си. Опитът и контактите ни с различни професионалисти помогнаха и бързо стигнахме до технолозите в Университета по хранителни технологии в Пловдив. Бяхме изключително изненадани от факта, че експерт, отговарящ за този вид храна, ни прие веднага. Показаха ни техни трудове в областта и застанаха до нас. Бяхме наистина много изненадани, че има хора, които повярваха в нас и искаха да ни помогнат. Експерт на проф. Харджиковицки положи много усилия да създаде правилната формула.

- Лесно ли се правят иновации в България?

- Тук, за разлика от останалия развит свят, все още няма толкова силно развити

секторни регулации, лобита и рестрикции, и е някак по-лесно да посееш идеята (продукта), който после да развиеш. Но без значение къде се намиращ, винаги можеш да иновираш. Важни са желанието и капацитетът на екипа. Прави ни впечатление, че през последните години дамите стават все по-активни. Забелязваме колко много иновации и активности имат жените в бизнеса, със собствени лейбъли и продукти.

- Какво искате да се промени?

- За желаната промяна можем да си говорим много, защото тя е двупосочен процес. От страна на сържавата не съвсем ясно следва да има по-ясни и по-леснодостъпни политики, инструменти, включително финансови, за иновации. Нужна е леснодостъпна, вярна и практически ориентирана информация и канали. Нуждаем се от време и от повече социално отговорни съмишленици, с които да случваме неща, а не само да говорим. От друга страна, ние трябва да сме по-социално отговорни. Ние не сме просто стартап. Ние желаем да повишим качеството на живот на нашите деца. Чрез този продукт искаме да участваме активно в програми за профиллактика, която е в основата на здравето.

- Какво си пожелавате за 2023 г.?

- Пожелаваме си повече здрави деца, повече осъзнати родители. Повече информирани родители, повече спокойни родители. Политика, която да промотира здраве, и сила да не спираме да се променяме. 🙏

ЗА ДА ПОСТИГНЕМ
ТЕХНОЛОГИЧНА ПРЕДНИНА,
Е НУЖЕН МОСТ МЕЖДУ
НАУКАТА И БИЗНЕСА, КАЗВА
ДОБРОМИР ИВАНОВ



BESCO

и колелото на предприемачеството

✍ **Татяна Явашева**

Предприемачеството е свързано с това човек да подобрява средата около себе си. А за успешния предприемач са нужни още много други неща – да обедини хора в свой кръг, да е смел, да греши, да се проваля и да продължава напред. Това казва Добромир Иванов, изпълнителен директор на Българската стартъп асоциация (BESCO). Хората в тази организация са единни в увереността, че производствата с

висока добавена стойност, базирани на научноизследователска и развойна дейност, иновациите и предприемаческото вдъхновение ще формират българската икономика. Приели са като своя мисия надграждането на действащото законодателство и предлагат съвременни пазарно ориентирани политики, основани на новости и прогресивно мислене. В BESCO са хора, които движат развитието към нещо по-добро.

България да се ориентира към

индустрии с висока
добавена стойност

- в това от BESCO виждат потенциала за ускорено развитие. Защото колкото по-голям е броят на високотехнологичните компании и колкото по-големи са те, толкова по-висок ще е стандартът на живот на хората в тези компании, а и в страната. Подобряването на цялостната среда ще позволи да привлечем предприемачи и инвеститори от цял свят.



STARTUP

На дневен ред стоят три основни задачи: достъп до капитал, достъп до талант, цялостни дерегулации и условия, които стимулират по-лесното правене на бизнес. Икономиката в България има потенциал да расте, но таванът в развитието се поставя от липсата на кадри. Въпросът със Сините карти остава нерешен и бизнесът у нас продължава да има пречки да привлече специалисти извън страните от ЕС. Процедурата е много бавна. В Западна Европа това става за две седмици, тук – за пет месеца. Правителствата се сменят, но проблемът остава, напомнят от BESCO.

Темата за

образованието и кадрите

също не търпи нужното развитие, макар да няма съмнение, че образователната система трябва да е в крак с реалностите на XXI век. Реформите в образованието обаче не само не дават бърз резултат, но тук те така и не стартират. Всички предприемачи са единни в разбирането, че образованието е фундамент, върху който стъпва целият бизнес. Не

се ли промени образованието, няма как в компаниите да идват по-подготвени хора. Тогава дори и академичите за обучение, които бизнесът организира, няма как да са ефективни.

Привличането на инвестиции

също става с повишена трудност. Важно е например на пенсионните фондове в страната да бъде разрешено да инвестират повече средства в т. нар. алтернативни инвестиционни фондове. В момента те може да вложат само 1% в местни фондове за инвестиции, като и това не е лесно. Тези ограничения доведоха до това пенсионните фондове у нас да имат годишна „печалба“ от около 1%, което е далеч под годишния ръст на инфлацията. Бихме могли да следваме добрите примери на други държави, казват от BESCO и дават за сравнение Чехия и Хърватска, в които пенсионните фондове може да вложат 14-17%, а страни като Израел и Южна Корея – до 48%. На борсата инвестициите в технологични

След първите пет години

Българската стартър асоциация (BESCO) е организация, създадена преди 5 години. В нея влизат стартърпи, всеки от които върви по свой път. В началото са 30, сега са над 500 компании, някои от които вече са сред най-големите работодатели. Повечето членове са технологични фирми, но има и от конвенционални индустрии. Голямата част са на глобалния пазар с потенциал за бърз растеж. За тях успехът се мери с това да създадат полезен продукт или услуга, който някой по света иска да си купи. Организацията бързо порасна и вече представлява и позрели компании. BESCO продължава да е BESCO, но се позиционира като предприемаческа асоциация, която не обединява само представители на стартиращия бизнес. BESCO расте и се променя, но не се ребрандира.

• РАЗВИТИЕ •

компани са едни от най-печелившите в света. Освен това не става дума за дължение, а за възможност и право, ако мениджърите на определен пенсионен фонд преценят, да инвестират, уточнява Добромир Иванов. Според него е необходим и механизъм, който да насърчава ангелските инвестиции на ранен етап. В България има хора с доста средства, които са направили съответни вложения в имоти. И след като не виждат друга възможност освен недвижимост, може

да поемат риска

да подкрепят млади предприемачи с идеи. Подобен механизъм във Великобритания е помогнал за ускореното развитие на технологичното предприемачество. Така доста компании са успели за кратък период от време да израснат. Българската държава също би могла да покрива част от риска, като това се регламентира законодателно. Тази споделена отговорност ще помогне колелото на инвестициите да се завърти.

BESCO са направили изследване защо инвеститори, които се насочват към региона, избират съседни страни и заобикалят България. Размер на данъците?

Наличие на талант? Определяща се оказва държавната подкрепа при сделките, която се дава срещу поети от инвеститора ангажменти, а не безвъзмездно. „Ако държавите около нас предлагат атрактивни стимули, а ние – не, то нашата страна дори не присъства на масата за преговори. Темата за инвестиционния подход заслужава внимание, ако искаме икономическият растеж да се засили и стартираният бизнес да тръгва по бързата писта на развитието. Важно е България да привлече инвеститори, които развиват дейности с висока добавена стойност. Но при липсата на политическа стабилност необходимите за бизнеса законодателни стъпки се отлагат за неопределено време“, констатира Добромир Иванов.

И още нещо, което според него би ни дало преднина:

Да правим неща, които са изпреварващи

а не са догонващи. За целта трябва да преценим къде имаме сила за развитие – изкуствен интелект, теми, свързани с Космоса, и други възможности, към

които светът се е насочил... Въпросът е с летящ старт да може да се включим в голямата надпревара. Тогава най-предприемчивите хора ще започнат да избират България като място за реализация на своите идеи. Време е науката в България да започне да работи заедно с бизнеса. Не е нужно фокусът на учените да е върху теми, от които никога няма да има нужда, и да се правят патенти, които да стоят в чекмеджето. Важно е да се изгради този мост и той ще е полезен за двете страни, както и за цялото общество. Приложната наука да е приложна, а не и тя да е чисто теоретична.

В стартъп екосистемата израснаха доста успешни предприемачи. Вече има програми, акселератори, организации, които

помагат на хората с идеи

да ги развият и как да ги превърнат в бизнес. Често към BESCO се обръщат млади ентузиастични, които търсят ориентир какво да направят, за да реализират проектите си за бизнес. Дават им съвет, насочват ги към подходящите хора и акселератори, където да разберат





По-добре завърши някоя задача,
отколкото да се захванеш с нова.
Всяка работа, колкото и безкрайна
да изглежда, се състои от множество
малки крачки.
ИЗВЪРВИШ ЛИ ГИ –УСПЯВАШ.

Мотото на Добромир Иванов



как се става предприемач, а и да се срещнат с инвеститори. Системата се развива, но има още много път да се извърви, признава Добромир. По неговите думи недостатък е, че голяма част от стартиращите екосистемата е предимно свързана с ИТ сектора. Важна крачка ще е привличането на стартиращи от други индустрии.

Основна роля на BESCO е застъпничеството, което да води до

промяна на средата за бизнес

Стремят се гласът на предприемачите да стане по-силен, за да бъде чул. Тези хора все повече осъзнават, че имат нужда от силна организация, която да държи връзката с институциите и да се бори за определени промени. Когато един предприемач е част от организация, той

не е сам, а има подкрепата на групите.

Инвеститорите отиват там, където има потенциал за растеж, а в България растежът те първа предстои. Предприемаческата екосистема вече е доста зряла. Ще има много привлечени инвеститори и отворени нови работни места, вярват Добромир Иванов и всички от BESCO. И работят за това България да става все по-добро място за бизнес.



Осем стъпки на начинаещия предприемач

Съвети от Добромир Иванов

1. Идеята за бизнес е важна, но само идеята не е достатъчна. Не крийте идеята си, а я споделяйте. Така ще прецените дали има смисъл да я реализирате. Четете, учете, после това ще ви спести лутане и „проба-грешка“. Не е нужно да откривате топлата вода.
2. Ако нямате никакъв предприемачески опит, след като идеята ви е осенила, запишете се в бизнес инкубатор, а после и в акселераторска програма. По този начин за кратко време ще разберете А и Б за пътя, по който ще трябва да вървите.
3. Успешен бизнес не се създава бързо и лесно. Отнема години. Изключение, а не правило е някой да стане милиардер на 22 години.
4. Насочете се към нещо, което е ваша страст. Дори да има пазарна ниша, ако работата не ви е по сърце, не се захващайте. Предприемач не се става, защото ще спечелиш много пари, а защото се работи здраво. Добрият бизнес е свързан с кауза и увереност, че променяш света по добър начин.
5. Наг 90% от стартиращите се провалят. Но наг 90% от предприемачите, които не се откажат след първия провал, рано или късно успяват.
6. Прилагайте Lean методологията. По-добре е да направите много на брой малки грешки, отколкото малко на брой големи грешки. Намерете начин бързо да тествате как работи идеята ви. Колкото повече тествате, толкова повече получавате обратна връзка от реалния пазар и вървите напред. Грешка е да работите дълго над нещо в стремежа си да направите свършения продукт и като е окончателно готов, чак тогава да го предложите.
7. Опитайте да елиминирате трите причини, поради които компаниите най-често се провалят: Неразбирателство в екипа - затова е важно в него да са хора със сходни ценности; Стартиращият решава проблем, който не съществува и никой не е готов да плати за това; Липсата на пари - парите са важни, но има много други неща, които отвеждат към провала.
8. Репутацията - грижете на нея. Бъдете коректни с колежите и партньорите си. Така при нужда ще се намери кой да ви подаде ръка. ☺

Наградите на БЕСКО минаха под мотото на „еднорога“, след като през изминалата година у нас се появи първата стартираща компания, оценена над 1 милиард долара

Промяната отвътре - скрит потенциал за **БИЗНЕСА**

В СЕ ПОВЕЧЕ КОМПАНИИ В БЪЛГАРИЯ РАЗВИВАТ
ВЪТРЕШНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО
КАТО СТРАТЕГИЧЕСКИ ПРОЦЕС

✍ **Мая Цанева**

Как да задържите инициативните и будни служители във фирмата? Един от най-силните стимули е вътрешното предприемачество. То доказано повишава и конкурентоспособността на фирмите.

Вътрешните предприемачи са агенти на промяната вътре в организацията, които създават нови начини на работа, нови продукти и услуги или свързват работата на организацията с дадена кауза. Все повече компании в България вече развиват свои програми за вътрешно предприемачество, а други имат желание да го направят, но им е трудно да започ-

нат. Развитието на предприемаческите нагласи на служителите е стратегически процес за самата компания.

Благодарение на вътрешното предприемачество днес имаме PlayStation, резултат от вътрешен проект на Кен Кутараги в Sony. Gmail е създаден от Пол Букхайм в Google, защото компанията позволява в 20% от работното си време служителите да се занимават със собствени проекти. Анджали Суд, маркетинг директор на Vimeo, поема инициативата и трансформира бизнес модела на онлайн видео платформата, като прилага успешен SaaS (Software as a service - Софтуерът като услуга) бизнес модел.

Представяме ви два примера на вътрешно предприемачество от български компании. През 2022 г. технологичната компания „Булбера“ спечели своята втора награда в конкурса „Иновативно предприятие на годината“ с проекта си за платформата JoinedInCare, резултат от вътрешно предприемачество. Женя Атанасова, съдружник във фирмата и ръководител на отдел „Вътрешни проекти“, и колегите ѝ разработват онлайн платформата, която предлага целенасочена и разнообразна информация за грижата за възрастните. Ралица Карамфилова, мениджър „Стратегическо развитие“ на „Дирекс“, споделя уроците от дългогодишната практика за насърчаване на собствени проекти на служителите във фирмата. Компанията печели признание с много продукти, резултат от идеи на служители и клиенти.



РАЛИЦА КАРАМФИЛОВА:

Стартъп културата може да се прилага във всяка компания

- Г-жо Карамфилова, защо и как развивате вътрешно предприемачество в компанията? Защо то е важно за вас?

- Винаги сме развивали предприемачеството в компанията. То е залегнало в ценностите ни - иновативност, инициативност, споделяне на опит (3 от 5-те ни ценности). Не сме изпитвали необходимост да създаваме специален, структуриран процес или специална програма за предприемачество. С вътрешно предприемачество развиваме портфолиото ни от собствени софтуерни решения. Програмирането е творческа дейност. Свързваме го с мотивацията на хората, с това да се чувстват свободни да споделят, да приемат това, което правят, като тяхното си. На всички ни даваме възможност да се споделят идеи. По-скоро сме и от по-рядко срещаните компании, които се вслушваме в идеите на клиентите, когато ползват продуктите ни, и така откриваме нови полета за развитие.

Другата посока в предприемачеството е свързана с подобряването



© Лиана Архив

на вътрешните процеси в компанията - технологични и организационно-управленски. Това прави компанията по-конкурентоспособна, изгражда култура и среда за възникване и реализиране на такива инициативи.

- Какъв е процесът на развитие на проектите, плод на вътрешно предприемачество? Кои са най-рисковите моменти за техния успех?

- Понеже при нас това се случва организационно, няма сериозни рискове, свързани например с отделянето на специално определени хора да са „предприемачи“ в нещо. Рисковете са свързани с това, че не всяка идея може да се приеме, да се реализира. Не всяка инициатива завършва с очаквания резултат. Трябва да се модерцира, което винаги е лесно. Съществува част от процеса е възможността и ресурсът идеята да тръгне към пазара, да се подготви и предлага.

Като цяло следваме бизнес логиката и последователността - идентифициране на идеята/нуждата, споделяне, получаване на обратна връзка от различни заинтересовани страни (изследване на пазарни възможности, технологични възможности, човешки ресурс, пари), реализиране на идеята като PoC (proof of concept), т.е. тестване с минимален ресурс и изпреварващо валидиране на очакванията спрямо резултата, оценка на възможността за награждаване/разширяване. Но екипите, хората, които се въвличат във всяка фаза, са различни и не следват строго рамкиран процес.

Имаме примери с такива софтуерни решения, които стартирахме, но спряхме да разработваме и да поддържаме. Също има риск да се загуби инерцията, да се претопи идеята - като се има предвид, че е идея, а не реален клиентски проект, има риск да отстъпи по важност/значимост, да не може да се валидира с реалния бизнес, а ако се валидира с бизнеса - да се окаже неприложима/нерелевантна или несъизмеримо скъпа спрямо очакваните ползи. През годините имаме и примери и за нереализирани продукти, които са стартирали като вътрешно предприемачество, но не са пожънали такива успехи. Това е част от процеса - трябва да запазиш този стремеж дори при наличието на такива неуспехи.

- Разкажете ни за пазарно реализирани продукти или услуги.

- Най-топлите примери са Lirex Assets - система за управление и инвентаризация на активи, за която взехме „Полезен модел“ от Патентното ведомство - аналога при софтуерите на патент; Lirex TMS - за управление на транспортен поток/вътрешна логистика. Наскоро излезе case study от Загорка, за които го имплементирахме. В раздел „Информационна сигурност“ Backup-as-a-Service и Protection and Recovery Extension услугите са базирани на решенията на няколко технологични партньора, включително и Veeam. Наскоро отделихме софтуерния отдел в отделно, самостоятелно дружество (Lirex ST), така че да може предприемачеството и разгръщането на портфолиото и процесите да се развиват и задълбочават.

- Има ли почва вътрешното предприемачество в България? Какво е нужно, за да успее?

- Има. Нужни са мотивирани и вярващи в това хора, среда, общност, култура. Стартъп културата е достигнала достатъчна зрялост - казвам култура, защото това не са само компаниите, които възникват по този начин, това е принцип, който може да се прилага във всяка компания, независимо от начина ѝ на възникване.

Нужно е добро лидерство да подкрепи тези идеи и да стимулира такъв тип култура и начин на мислене. Нужен е добър подбор за позициите, които предполагат такъв тип инициативи - да се търсят мотивирани хора, в които се инвестира.



ЖЕНЯ АТАНАСОВА:

Най-важното е да се вярва в полезността на проекта

- Г-жо Атанасова, JoinedInCare е проект, резултат от вътрешно предприемачество. Това прецедент ли е във вашата компания?

- В „Булбера“ се стремим да подкрепяме организации или да правим проекти, които са от полза на различни обществени групи. Стараем се това да върви успоредно с клиентските проекти. Преди години създадохме приложението за родителски контрол Protect Your Kid, което спечели награди за иновация. В началото на тази година създадохме JoinedInCare и ни удостоиха с приз „Иновативно предприятие на годината 2022“ в област „Социална иновация“. Скоро пускаме нов продукт - Gija. Приложението ще е в помощ на семейства и асистенти на болни и на хора в нужда. Чрез Gija те ще могат да споделят информация в сигурен кръг за човека, за когото се грижат. Предполагам, че това значи, че вътрешното предприемачество е обичайна практика за нас.

- Как се роди идеята за проекта? Какъв беше процесът на работа?

- След Protect Your Kid гъло обмисляхме какъв проект със социална значимост да захванем. Всеки от ръководителите на „Булбера“ има родители или по-възрастни роднини и по време на епидемията от COVID-19 видяхме колко изолирани са те. Също видяхме и колко



© Личен архив

проблеми има в сферата на услуги и грижи за възрастни хора и с колко проблеми трябва да се справят те, семействата и гледачите им.

Решихме, че може да направим портал за полезна информация за възрастни хора и гледачите им, мястото, където да показваме, че технологиите могат да са нещо достъпно за тях.

- От каква подкрепа има нужна по-

добен проект?

- Най-голямото предизвикателство е да се отдели време и екип за вътрешен проект. Клиентските проекти винаги са приоритет и се гонят срокове. Реших, че искам да отделя това време и преразпределих част от задачите си, за да мога да осъществя идеята и да водя този проект. Сформирахме малък екип и започнахме с разработка на платформата, събиране на съдържание и със задачи, които са част от процеса.

Нямах обичайния екип за осъществяване на такъв проект на пълен работен ден, но имах подкрепа, когато ми трябваше. Наехме преводачи за различните езикови версии, дизайнер, хора, които написаха полезни статии. Маркетинг отделът ни също помогна.

- Какво е нужно за успеха на проекта, резултат от вътрешно предприемачество?

- Най-важното е да се вярва в полезността на проекта. Особено важно е и да се вижда, че той помага на хората. Няколко организации ни писаха, че са впечатлени, че повдигаме тази тема и някой в България се е стигнал за възрастните хора. Това беше стимулиращо. Обмисляме какви теми биха привлекли внимание и постоянен интерес към платформата и какви са следващите цели, които искаме да постигнем с JoinedInCare. 📌



© Красимир Свракоб

Дейан Благоев, изпълнителен директор на „Булбера“ (вдясно), приема наградата „Иновативно предприятие на годината 2022“ от изпълнителния директор на „София Тех Парк“ Тодор Младенов

ПЛАНЕТАТА НИ Е ВАЖНА

Our planet is important



Уебинари за
устойчиво развитие

WEBINARS ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT

ECONOMIC•BG

 **ESGnews.bg**

Стратегически партньор
**Европейска
инвестиционна
банка**

банката на  **ЕС**

ДЪНДИ ПРЕШЪС МЕТАЛС:



Добиваме част от металите на БЪДЕЩЕТО

✍ Яна Колева

ESG (Environmental, Social and Governance – екологично, социално и корпоративно управление) – тази популярна абrevиатура се превърна в измерител за устойчивото и отговорно инвестиране. Новият подход, ориентиран към „хора, планета, печалби“ (PPP - People, Planet, Profit), насочи вниманието на бизнеса не само към печалбите, но и към хората и чистата природа. И ето как работещата в България „Дънди Прешъс Металс“ превърна тези нови формули в своя философия и практика. Константина Градева-Василева, директор „Устойчиво бизнес развитие“, разказва за това:

КОНСТАНТИНА
ГРАДЕВА-
ВАСИЛЕВА,
ДИРЕКТОР
„УСТОЙЧИВО БИЗНЕС
РАЗВИТИЕ“, РАЗКРИВА
КАК ЕДНА БЪЛГАРСКА
МИННА КОМПАНИЯ
СЕ НАРЕДИ СРЕД
НАЙ-ДОБРИТЕ ПО ESG

**Напредъкът на минната
индустрия в грижата към
околната среда и целите на
декарбонизацията**

Минната промишленост е в началото на веригата на доставки и за да може крайният ползвател да консумира с отговорност към околната среда и климата, трябва продуктите и стоките да са били произведени от отговорно добити суровини. Именно това правим ние.

Като представители на минерално-суровинния бранш проучваме, до-

биваме и преработваме метални руди, съдържащи мед, злато и сребро. Всъщност добиваме част от металите на бъдещето, без които така модерният зелен преход няма как да се осъществи. Днес, повече от всякога, виждаме гигантската необходимост от лесен достъп до надеждна енергия, все по-съвършени технологии, по-бързи дигитални решения, изкуствен интелект, сигурни електромобили и транспортни връзки. С мисъл за бъдещето и климата искаме и екологосъобразни решения. Светът се развива много динамично, а в основата

на това развитие стоят суровините.

Базираната в Канада „Дънди Прешъс Металс“ е публична минна компания, листвана на фондовата борса в Торонто. Вече 18 години тя усъвършенства модела си за управление на производството на минерални, медни и златосъдържащи концентрати и създава добри практики на световно ниво, като насърчава отговорността към здравето, безопасността и околната среда, наред със споделените ползи за растеж и инвестициите в хората и общностите. „Дънди Прешъс Металс“ е сред 15-те водещи минни компании в управлението на своите екологични и социални въздействия според оценката S&P Global Corporate Sustainability Assessment за 2021 г. и 2022 г. и това нарежда и България напред по отношение на грижата за околната среда и декарбонизацията.

Да постигнеш висока оценка

В България „Дънди Прешъс Металс“ разработва два рудника – „Ага тепе“ – за открит добив в Крумовград, област Кърджали, и „Челопеч“ – за подземен добив в село Челопеч, Софийска област. И докато добивното ни предприятие в Крумовград е новоизградено, пуснато в експлоатация през 2019 г., сдобило се с най-съвременна, енергоефективна техника, то в Челопеч рудникът е в експлоатация от средата на миналия век.

Когато през 2004 г. грижа за рудник „Челопеч“ започна да полага инвеститорът „Дънди Прешъс Металс“, предприятието беше остаряло, амортизирано и изискваше спешна нужда от осъвременяване както на добивните методи, така и на цялата производствена инфраструктура и съоръжения. И ако в България терминът декарбонизация нашумя в последните години, то при нас този процес започна още тогава. Най-много инвестиции в тази посока бяха направени в периода 2009-2010 г. и не са спирали до днес.

Първите стъпки в намаляване на въглеродния отпечатък

Сблъсъкът ни с това що е въглероден отпечатък, как се изчислява той, как да го намалим и още много въпроси, стана през 2011 г. Тогава консултантите ни от „Денкшат“ ни съдействаха да проумеем смисъла на оценката на значимите теми, на обхват 1, 2 и 3, на емисионните фактори, на това коя година е смислено да приемем за базова, спрямо която да сравняваме, как да идентифицираме допълнителни области за подобрене. И така пътуването ни започна, неизбежно свързано и с публикуването на първия ни Доклад за устойчивост, съдържащ първите ни сметки и поети

ангажименти. Целта ни беше до 2020 г. да намалим специфичния си отпечатък спрямо базовата 2009 г. с 20%.

Инвестиции

Благодарение на инвестиции от близо 90 млн. долара в изграждането на подземен трошачен комплекс и система за транспорт на рудата до повърхността с гумено-транспортни ленти, още през 2012 г. значително намалихме консумацията на дизелово гориво за извоза на добитата руда. През 2014 г. изградихме и собствено товарище за концентрат в близост до производствената площадка. С всички предприети мерки до края на 2021 г. сме постигнали 35% намаление на специфичния въглероден отпечатък по отношение на обхват 1 и 2 спрямо базовата 2009 г.

През 2020 г. започнахме поетапна помяна на леките ни дизелови автомобили с бензинови хибриди, като през последните три години сме подменили 12, а за следващата година сме бюджетирали закупуването на още 5. Макар дизелът да е заменен с бензин, ефектът е осезаем, тъй като емисионният фактор на бензина е по-нисък. Ефектът от хибридните автомобили върху въглеродния отпечатък не е толкова съществен, но намалява средно с около 4 тона CO₂ на година.

От 2004 до 2021 г. консумацията на електроенергия на дружеството ни в Челопеч е намаляла с 19 % на тон добита руда. В допълнение, за редуциране на въглеродния отпечатък от потреблението на електроенергия, през 2022 г. договорихме закупуване на зелена енергия за следващите 4 производствени години, което ще доведе до генериране на 87 000 тона CO₂ по-малко или осигуряване на около 31% зелена енергия за двете дружества на Дънди в България.

Какво още в мерките за декарбонизация

Последният хит, свързан с консумацията на дизел, е пилотният ни проект за тестване в подземна производствена среда на три електрически минни машини – сонда, товарач и камион. Сондата вече се подготвя за работа под земята, а другите две машини очакваме в края на първото тримесечие на тази година. Планираме през 2023-а машините да работят в паралел с дизеловите и при доказана ефективност ще изведем от експлоатация дизеловите през 2024 г.

Като компания сме си поставили още по-амбициозни цели и сме се ангажирали чрез колаборация с партньори по веригата ни за доставки да намалим още въглеродния си отпечатък по осезаем начин. ①



Константина Грагева-Василева е възпитаник на Минно-геоложкия университет „Св.

Иван Рилски“ и има магистърска степен по инженерна геоекология. Професионалният ѝ път започва в Техническият университет в София като експерт в специализирана лаборатория по екологични технологии и опазване на околната среда. След това работи в Държавен фонд „Земеделие“ и в Министерството на икономиката.

През 2004 г. става инженер „Опазване на околната среда“ в „Дънди Прешъс Металс Челопеч“ ЕАД. Бързо натрупва опит и през 2011 г.

става директор „Здраве, безопасност, околна среда и връзки с обществеността“. Сега е директор „Устойчиво бизнес развитие“.

ХОЛДИНГ КЦМ 2000



Лидер в кръговата икономика

✦ **Георги Георгиев**

✦ *ХОЛДИНГ КЦМ 2000 АД е български минно металургичен холдинг, структуриран изцяло с български капитал и с основни дейности добив, производство и търговия на метали. Той е лидер в реализирането на кръговата икономика и в ефективното преработване на вторични материали в този бизнес. Основните продукти, които се произвеждат, са металите олово и цинк. Холдингът получи своя интегриран вид след придобиването на миннообогатителния комплекс ГОРУБСО Мадан в края на 2021 г. Структурирането на ХОЛДИНГ КЦМ 2000 е от стратегическо значение за развитието на регионите Смолян и Пловдив, уверява Иван Добрев, член на СД на ХОЛДИНГ КЦМ 2000 и изпълнителен директор на КЦМ АД. Той разказва за модела на кръговата икономика, който дружеството развива:*

ДРУЖЕСТВОТО
ИМА СВОЯ
ПОЛИТИКА
ЗА ЕФЕКТИВНО
ПРЕРАБОТВАНЕ
НА РЕСУРСИ И
ЗА МАКСИМАЛНО
НАМАЛЯВАНЕ НА
ВЪГЛЕРОДНИТЕ
ЕМИСИИ ПРИ
ПРОИЗВОДСТВОТО
НА МЕТАЛИ

✦ Добитата руда в Родопите се обогатява до оловен и цинков концентрат, които изцяло се преработват в КЦМ. По този начин около 30 % от суровините за производството на метали се осигуряват от собствени източници. Дружествата в холдинга работят

✦ изцяло на пазарен принцип

✦ Профилирането през последните 22 години на дружествата в Холдинга в различни дейности

✦ като рудодобив, обогатяване, производство на метали, търговия, ремонтна и инженерингова дейност позволи в максимална степен запазване и развитие на човешкия капитал. Структуриран по този начин, Холдингът е част от веригата на доставки на основните елементи за изграждане на инсталации за производство и съхранение на енергия от ВЕИ. Ние сме съществено звено, което дава своя принос в усилията на човечеството за постигане на нетни нулеви



емисии на CO₂. Добре осъзнаваме, че колкото по-малко са вредните емисии при производство на метали, толкова по-бързо ще се постигне нетният нулев резултат от използването на ВЕИ. През 2014 г. успешно внедрихме

проекта „Ново оловно производство“

който въведе нова технология за преработване на първични и вторични оловни суровини. Иновативното технологично решение даде възможност за замяна на горивото за топене на суровините, извършване на два металургични процеса в един агрегат и производство на сярна киселина. Този успешен инвестиционен проект намали с 48% емисиите на CO₂ при производство на олово, представляващо над 100 000 т CO₂ на годишна база.

Инвестирахме над 300 млн. евро

собствен капитал за постигане на най-високото към момента ниво на опол-



Иван Добрев е изпълнителен директор на КЦМ АД и член на Съвета на директорите на ХОЛДИНГ КЦМ 2000 АД от 2019 г. Притежава богат опит в управлението на оперативните дейности в КЦМ АД и обширни познания в металургията и инвестиционната дейност. Завършил е „Транспортна техника и технологии“ в Технически университет - София, филиал Пловдив, и „Финансов мениджмънт“ в Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“. По време на неговото управление КЦМ получава Сертификат за инвестиция клас А за проекта „Технологично интегриране на КЦМ“, който е в размер на 130 млн. евро.

зотворяване на входящите суровини. Интегрираните производствени мощности позволяват да се преработят страничните продукти на производството, които в наши конкурентни фирми се депонират. Технологичните решения в КЦМ позволяват освен собствените обороти да се преработват и отпадъци от други производства. В цинковото производство това са основно прахове от стоманодобива, а в оловното производство - излезли от употреба оловно-киселинни батерии. Делът на преработените вторични суровини и отпадъци от други индустрии надвишава 30% и по този показател Холдингът е лидер в кръговата икономика в Европа, осигурявайки

устойчив процес на намаляване на отпадъците

и съхранение на природните ресурси в регионален и световен мащаб. Всички инсталации и технологии са проектирани и функционират така, че въздействието върху околната среда да е управляемо и минимално. Отпадъците, които се генерират, са неопасни и могат да се използват успешно в други индустрии. Емисиите във вода и атмосфера са под постоянен мониторинг и се контролират в условията на издаденото от МОСВ комплексно разрешително.

Производството на метали е енергийно интензивно

Изискват се значителни количества енергия, за да се преработят суровините и да се рафинират металите. По отношение на специфичния разход на енергия на тон метал КЦМ не отстъпва на конкурентите си, като постига общ разход на енергия за производството на

един тон цинк под 4000 kWh. Този добър показател се дължи както на внедрените ефективни производствени технологии, така на инвестициите в енергийна ефективност. За последните 3 години сме инвестирали в тази посока собствени средства за различни процеси и инсталации, някои от които са уникални по своята същност. По един от последните ни изпълнени проекти например реализирахме 20 % намаление на разхода на природен газ.


Общият ефект като

спестена електрическа енергия

на годишна база е в размер на 11 120 MWh, или годишната консумация на близо 4600 домакинства.

КЦМ АД е отговорен индустриален оператор и осъществява своята дейност с постоянна грижа към хората и околната среда. Ние имаме увереност, че сме основна част от веригата за постигане на нетни нулеви емисии на CO₂, като нашата отговорност е производството на метали да става с минимален въглероден отпечатък.

В ХОЛДИНГ КЦМ 2000 работят 3000 човека с брутни възнаграждения, надвишаващи средните за страната. Холдингът поддържа и развива Програма за корпоративна социална отговорност, насочена както към човешкия капитал на дружествата, така и в подкрепа на социалнозначими проекти и събития, за развитие на общностите, в които оперират дружествата. През последните 3 години подкрепените проекти и инициативи по тази програма надвишават 5 млн. лв.

Мисията на Холдинг КЦМ 2000 е да произвежда олово и цинк с най-високо качество, при все по-високи изисквания за екологосъобразно производство и социално отговорно бизнес поведение. 



НОВИЯТ ДОМ

на NOVA Broadcasting Group

АРХИТЕКТ РАДОМИР СЕРАФИМОВ РАЗКАЗВА
КАК Е СЪЗДАДЕНА ОТЛИЧЕНАТА КАТО
БИЗНЕС СГРАДА ЗА 2022 Г.

✎ Георги Георгиев

Новата сграда на NOVA Broadcasting Group беше обявена за бизнес сграда за 2022 г. Най-високото отличие в категория „Корпоративни сгради“ беше връчено по време на церемонията на ежегодния национален конкурс „Сграда на годината“. Как се проектира и изгражда такъв обект, през какви предизвикателства е минал екипът, обяснява арх. Радомир Серафимов от „Ателие Серафимов Архитекти“:

Технологиите в производството и разпространението на телевизия и медиите се развиват динамично и средата, която те обитава, трябва да следва същото темпо. Огромно беше предизвикателството да се създаде сграден организъм, който да съчетава добра функционалност и устойчива архитектура, но и да предоставя възможност за постоянна трансформация. В България няма подобен аналог нито като функция, нито като визия. Сградата безспорно има собствен характер. Вярваме, че заради тези качества журито в конкурса и

отрепи отличието

„Сграда на годината“

в категория „Офис и корпоративни сгради“. Проектът е емблематичен за медийната група United Group и NOVA TV и е знак за строителния сектор. Този проект, изготвен от „Ателие Серафимов Архитекти“, събира всички медиуми от портфолиото на групата, заедно с администрацията и управлението в един мегакомплекс за телевизионно и радиоизлъчване от ново поколение. Сградата осигурява просторни и функционални офисни пространства, по-големи апаратни, монтажни и изцяло нов News Room, създаден

по най-съвременните
стандарты за тв
производство

Новата сграда се намира на ул. „Неделчо Бончев“ в столицата. Средата около нея се формира като индустриален и бизнес парк, а в непосредствена близост е и метростанция 23. Сградата е развита на 7 етажа и едно подземно ниво. Общата разгъната застроена площ с под и над терена е 24 637 м². Основната цел на проекта бе да се постигне една непреходна и функционална среда, която да предостави пространство за творческа работа по най-високи стандарти. За тази цел са предвидени четири нови студио с впечатляващи размери, даващи възможност за производство на висококачествена телевизия. Студиата са в контакт с необходимите обслужващи помещения, апаратни и монтажни. През тях се издига офисният

Предимства

1. Първата и единствена модерна, самостоятелна сграда за частна телевизия в страната със запомнящ се образ, който става част от съвременния облик на столицата.
2. Уникален комплекс, създаден посредством иновативни проектантски, конструктивни и технологични подходи.
3. Създава модерни офисни пространства, високоефективна производствена база за телевизия и запомняща се архитектура.



Арх. Радомир Серафимов благодари на организаторите на престижния конкурс за високото отличие. На сцената са Ивайло Илиев от НОВА Броудкастинг груп (ляво) и инж. Цвета Донева от фирма АТ Инженеринг 2000, построила сградата

Arch. Radomir Serafimov thanked the organizers of the prestigious competition for the high distinction. On the stage: Ivaylo Iliev from NOVA Broadcasting Group (left) and engineer Tsвета Doneva from AT Engineering 2000, the company which built the structure

• АРХИТЕКТУРА •

блок, в който на седемте етажа са разположени офиси, кабинети, работни зали, ресторант и рецепция. Първите два етажа на сградата отстъпват от останалите навътре, за да оформят широка, покрива пасажна зона. Тази зона е подчертана с монтирания на фасада мултифункционален екран с впечатляващите размери от 23 м на 6 м височина, който осигурява

интерактивно и модерно преживяване

при влизане в сградата. Екранът е своеобразна архитектурна асоциация, която изразява създаването на телевизия и в екстериора. Постигането на тази симбиоза между вътрешния и външния облик на сградата е едно от големите предизвикателства в проекта. Наложил се и сложен конструктивно решение, което да освободи от конструктивни елементи пространството пред екрана. Офисните етажи над тази пасажна зона са окачени на метална конструкция и ферми, монтирани на покрива и носещи всички етажи от втори до седми. Това позволява да се осигури 24 м свободно разстояние, което да оформи запомнящо се входно пространство.

Сградата е изключително

сложна във функционално и инсталационно отношение

Разпределенията по етажите са

различни, отчитайки специфичната ѝ функция и изискванията на инвеститора. Телевизията приветства посетители и работещи в голямо входно фоайе и ресторант. На първо ниво са разположени и двете по-високи студиа с обслужващи апаратни, гардеробни и гримьорни. Студиата са със светла височина от 11 м. Над тях са разположени другите две студиа със същата площ, но с височина от 7 м. Заради работещата логистична база мястото в имота е ограничено и това създава нови предизвикателства. Предприето е нестандартно решение и четирите студиа са едно над друго, като имат вътрешна функционална връзка с необходимите помещения на първо и четвърто ниво, както и възможност да се разширят в съседното хале. Това е сложна задача в конструктивно отношение – при големите подпорни разстояния да се осигури свободно пространство за декори и оформлене на телевизионните сетове. На четвърто ниво е сърцето на телевизията – News Room-ът, в който се следят и подготвят всички важни новини и събития в програмата, като е осигурена и директна връзка с новинарското студио. На всички етажи работещите в сградата разполагат с удобства като гардероби, кухни и място за хранене на работещите, тераси за почивка. Прегледени са просторни офиси, зали за срещи, кабинети за управителния състав, монтажни и апаратни.

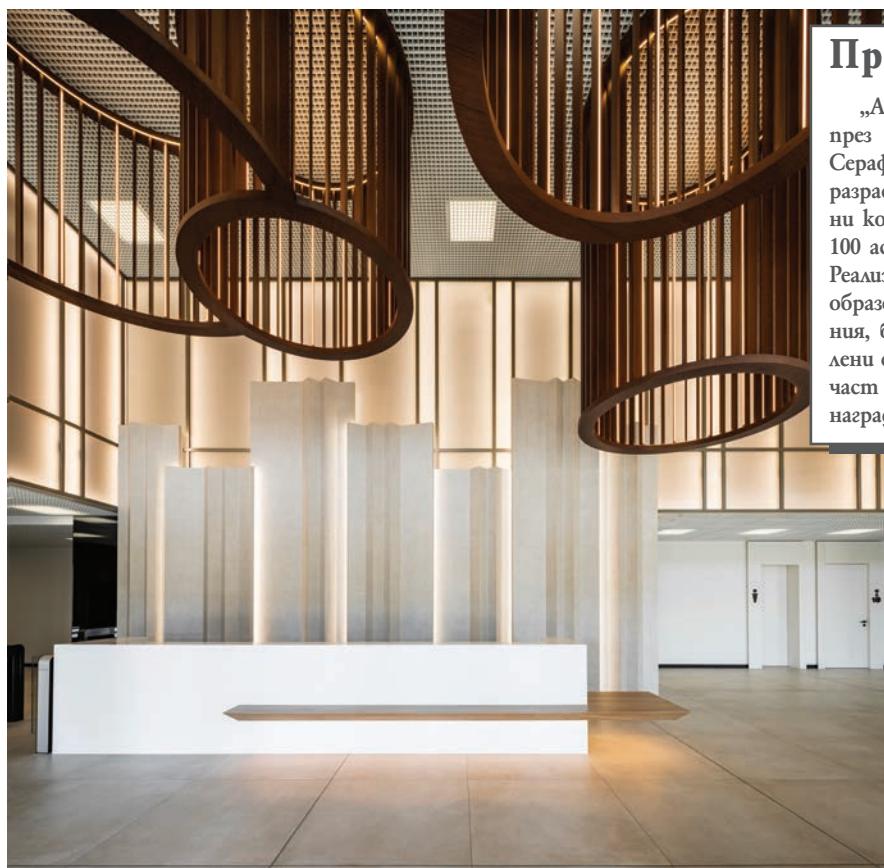
Проектът за интериорен дизайн на общите части и зоната на рецепцията в сградата е дело на студио RM Interior Design с водещ проектант арх. Миглена Илиева.

Покривът

е своеобразен инсталационен етаж, там са позиционирани всички външни инсталационни машини. Върху допълнителна конструкция е разположено антенното поле на телевизията. В подземното ниво има паркоместа за работещите, автомивка, складови помещения, места за паркиране на велосипеди, както и 18 паркоместа и зарядни станции за електромобили.

Достоленият образ

на сградата е постигнат чрез специфично членение на фасадата във височина чрез слънцезащитни елементи. Първите два етажа на сградата се отделят като база от останалите. Пластиката на фасадата оформя „ниши“, в които са разположени прозорците. Фасадните елементи под формата на триъгълници осигуряват слънцезащита и същевременно фокусират погледа на обитателя отвътре навън върху гледката към Витоша. Сградата е с елегантна визия и има запомнящо се характер, който я превръща в индивидуална емблема на телевизията и отличителен символ в градския пейзаж. 📍



Профил

„Ателие Серафимов Архитекти“ е основано през 1990 г. от арх. Танко Серафимов, арх. Ваня Серафимова и арх. Радомир Серафимов. Екипът се разраства и днес е сред най-големите архитектурни компании в България с над 25 служители и над 100 асоциирани инженери, фирми и консултанти. Реализирали са множество проекти за културни, образователни и здравни сгради, спортни съоръжения, банки, офиси, търговски центрове, промишлени сгради, хотели, жилищни сгради, къщи. Голяма част от тези обекти са удостоени с номинации и награди от участия в архитектурни конкурси.

Детайли

ИНВЕСТИТОР

Нова Броуккастинг Груп и Агван
Пропъртис

АРХИТЕКТ

Ателие Серафимов Архитекти

ИЗПЪЛНИТЕЛ

АТ Инженеринг 2000

КОНСТРУКТОР

Бета Консулт



THE NEW HOME of NOVA Broadcasting Group

A RCHITECT RADOMIR SERAFIMOV SHARES
HOW THE 2022 AWARD-WINNING BUSINESS
BUILDING WAS CREATED

✍️ Georgi Georgiev

NOVA Broadcasting Group's new building has been named Business Building of the Year 2022. The top honour in the Corporate Buildings category was presented at the annual National Building of the Year competition ceremony. Arch. Radomir Serafimov from Atelier Serafimov Architects explains how the structure has been designed and built, and what challenges his team has gone through in the process:

Technologies for the production and distribution of television and other media are developing dynamically, and the physical environments they inhabit must follow the same pace. It was a huge challenge to create a built structure that combines good functionality and sustainable architecture, but also provides the opportunity for constant transformation. There is no similar analogue in Bulgaria either in terms of function or vision. The building definitely has its own character. We believe that it is because of these qualities that the jury in the competition granted the award

"Building of the Year"

in the "Office and corporate buildings" category. The project is emblematic for the United Group and NOVA TV media partnership and is also a benchmark for the construction sector. Prepared by Atelier Serafimov Architects, it gathers all the media outlets of the corporate group's portfolio, together with the administration and management departments in one mega-complex for next generation TV and radio broadcasting. The building provides spacious and functional office spaces, larger equipment and editing rooms and an entirely new News Room, created

according to the most
modern standards for TV
production

The new building is located on Nedelcho Bonchev Street in Sofia. Its surrounding environment is forming as an industrial and business park, with metro station 23 also located nearby. The building has 7 floors and one underground level. The total built-up area, below and above ground, is 24,637 square metres. The main purpose was to create a sustainable and functional environment that would provide a space for creative work of the highest standards. For this purpose, four new studios of impressive dimensions have been planned, enabling the production of high-

Profile

Atelier Serafimov Architects was founded in 1990 by Arch. Tanko Serafimov, Arch. Vanya Serafimova and Arch. Radomir Serafimov. The team is still one of the largest architectural outfits in Bulgaria with over 25 employees and over 100 associated engineers, firms and consultants. They have implemented numerous projects for cultural, education and healthcare buildings, sports centres, banks, offices, shopping centres, industrial buildings, hotels, residential buildings, and houses. A lot of these buildings have been distinguished with nominations and awards in architectural competitions.

• ARCHITECTURE •



quality television. The studios are connected to the necessary service, equipment and editing rooms. In front of them rises the office tower comprised of seven floors, which house offices, workshops, a restaurant and a reception area. The first two floors of the building pull back inwards from the rest to form a wide, covered passage area. This area is highlighted by a facade-mounted multifunctional screen with the impressive dimensions of 23 by 6 metres, which provides

interactive and modern experience

upon entering the building. The screen is a kind of architectural decision that expresses the creative idea of television production on the building exterior as well. Achieving this symbiosis between the interior and exterior of the building was one of the major challenges in the project. A complex structural solution was also required to free the space in front of the screen from structural elements. The office floors above this passage area are suspended from a metal structure and trusses mounted on the roof supporting all floors from the second to the seventh levels. This makes it possible to provide 24 metres of free space, which forms a memorable entrance area.

The building is exceptionally

complex in terms of functionality and installation

The office distributions on the floors are different, taking into account their specific functions and the requirements of the investor. The TV building welcomes visitors and workers with a large entrance hall and a restaurant. On the first level there are two taller studios with service equipment, wardrobes and make-up rooms. The studios have a clear height

Details

INVESTOR

Nova Broadcasting Group and Advance Properties

ARCHITECT

Atelier Serafimov Architects

CONTRACTOR

AT Engineering 2000

CONSTRUCTION

Beta Consult

Advantages

1. The first and only modern independent building for private television in the country with a memorable appearance, which takes its place in the contemporary Sofia skyline.
2. A unique complex created by implementing innovative design and construction and cutting edge technologies.
3. Creates modern office spaces, high quality broadcasting and significant architecture.

of 11 metres. Above them are the other two studios comprising the same surface area, but with a height of 7 metres. Due to the working logistics center, the free space in the property was limited and this creates new challenges. A non-standard solution was adopted, and the four studios were placed one above the other, having an internal functional connection to the necessary premises on the first and fourth levels, as well as the possibility to expand them into the adjacent hall. It is a complex task in terms of construction –providing a

free space for the sets and the layout of the TV studios despite the large structure support distances. The fourth level contains the heart of the television building - the News Room, where all important news and shows in the TV program are monitored and prepared, and a direct connection to the news studio is provided. On all of the floors, workers have amenities such as wardrobes, kitchens, eating spots and terraces for resting. Spacious offices, meeting rooms, offices for the management staff, and editing and equipment rooms are also included.

The interior design of the common areas and the lobby is designed by RM Interior Design studio, with lead designer Arch. Miglena Ilieva.

The roof

is used as an installation floor, as all external installation machines are positioned there. The antenna field of the television is placed on top of an additional structure. In the underground level, there are parking spaces for employees, a car wash, storage rooms, bicycle parking spaces, as well as 18 parking spots and charging stations for electric vehicles.

The dignified appearance

of the building was achieved thanks to a specific vertical division of the facade through solar protection elements. The first two floors of the building are separated as a base from the rest. The design of the facade forms "niches" which hold the windows. Facade elements in the form of triangles provide sun protection and at the same time they lead the building residents' gazes from the inside out onto Vitosha Mountain as a view. The building has an elegant look and a memorable profile that turn it into an unique symbol of NOVA TV and a distinctive landmark in the urban landscape. ①



НИЕ УПРАВЛЯВАМЕ ВАШИТЕ ОТПАДЪЦИ

 www.smbg.bg



ОТВЪД рамката на стандартните неща

ЕДИН УРОК ОТ
ДЕСИСЛАВА
АВДЖИЕВА
КАК ДА РАЗВИВАМЕ
СВОЯ ЛИЧЕН
БРАНД В ПОЛЗА НА
КОМПАНИЯТА

✍ **Татяна Явашева**

Личният бранд е какви сме ние и как другите говорят за нас, когато излезем от стаята, но и за какво ще ни потърсят, когато имат нужда. Магическата формула за успеха на бранда е хората, свързани с него, да разказват позитивни истории и ефектът ще дойде. Една от тайните съставки е „шипка“ стратегия, която понякога дава много бърз резултат, но и търпението е необходимо условие за постигането на всеки успех. Това твърди Десислава Авджиева, основател на „Алтернатив Аудъртайзинг“ и съосновател на академията за обучения BrandSuccess.

Вярвате ли, че изграждането на личния бранд на служителя може значително да допринесе за успеха на корпоративния бранд? Авторитарните работодатели може да си помислят, че някой в компанията им ще си прави ПР на техен гръб, но тук не става дума за нещо такова. Мал-

кият и средният бизнес започват да осъзнават колко е важно да привличат повече внимание към себе си. Дошло е времето за

нов тип поведение

тъй като се променя психологията на хората в работоспособна възраст. Когато от уста на уста се говори възхваляващо за дадена компания, това увеличава нейните шансове по-лесно да намира нови кадри и клиенти и с лекота да разширява обхвата си.

През 2018 г. Десислава Авджиева е поканена да говори пред бизнес аудитория за брандовете. Тогава тя предлага да ги запознае със своето виждане как личността, развила себе си като личен бранд, може с още по-голяма сила от анонимния служител да допринесе за компанията. Това обаче е посрещнато със скептицизъм. Но четири години по-късно темата, пречупена

през нейния богат опит, вече се радва на силен интерес. Само преди 4 г. самата тя е разпознаваема като организатор на събития и експерт по брандинг, а личният ѝ ореол допринася за управляваната от нея компания „Алтернатив Адвъртайзинг“, на която е едноличен собственик вече 14 години. Като

предприемач със силна харизма

Десислава е развила личния си бранд в по-голяма степен от корпоративния, ето защо се заема да компенсира този дисбаланс. Опитът в маркетинг, ПР и реклама, който е натрупала за 20 години, ѝ помага много в нейната работа. Тя вече е разбрала защо големите компании стават още по-големи. Създава е работещи принципи, базирани на психологията на потребителя и настройката на клиента, които дават резултат. В ролята на ментор основателката на „Алтернатив Адвъртайзинг“ учи предприемачи и мениджъри да мислят глобално, дори когато управляват малък бизнес, и да създават единство на нещата, които правят. Съветва ги умело да покажат, че добре разбират от своя бизнес. Така стават разпознаваеми като бранд, на който може да се доверят за определени услуги. И са възприемани като ценен партньор, а не просто като производител на нещо или продавач на услуга.

„По-добре ние

да разказваме истории за себе си

отколкото друг да говори за нас нещо, което не искаме да чуем. Хората обикновено споделят през призмата на своята гледна точка. Когато самите ние разказваме за себе си, излъчваме послание от свое име – например, че сме експерти в професионалната си сфера, че обичаме работата си. Ако посланието е било въздействащо, когато някой има нужда от такъв специалист, ще се сети за нас“, твърди Десислава Авджиева. Тя вярва, че разказването на истории отключва сърцата на потребители, партньори, както и на всеки, до който добрият разказ стигне. И ето още на какво учи тя: „Развитието на поколенията и на мисленето прави успеха на корпоративния бранд по-силен, когато личният бранд на всеки работи в името на компанията. Младите хора искат през личността си да демонстрират качества, характер, умения и знания. Компанията влага средства да привлечат по-качествени кадри, рекламират, за да имат повече клиенти. Често служителите на фирмата не излъчват послания какъто точно правят в своята работа. Споделеното от тях обаче има по-силен ефект от всяко рекламно послание, което организацията пуска за себе си. Грешка е компанията да използват прототипи на свои служители, които да

представят продуктите вместо Иван и Мария, които от години работят във фирмата и добре познават всичко, което ще се рекламира. Ако служител от компанията излъчва автентични послания, доверието ще е далеч по-високо“. Разбира се, недопустимо е някой служител да се самозабрави и да се изживява като отделна единица, не като част от общото.

Десислава предлага на бизнеса разработването на персонална

стратегия за развитие на бранда

Има случай, при който още след първата седмица от прилагането на такава стратегия е привлечен мечтан клиент. Предприемачът не вярвал, че подобен успех е възможен, но бил добронамерен и получил бърз резултат. Дава пример и от своя личен опит като ръководител: За да не е самата тя незаменимият човек, който трябва да свърши всичко в двете компании, които управлява, прилага онава, на което учи другите – структуриране на бизнес процеси и създаване на вътрешни правила, написани заедно с предприемача и приети от екипа. „Насърчавам служителите да мислят и да действат, да са активни и креативни. Толерантност към другите, разбиране и сплотеност на екипа – е необходимо условие за успеха на всяка компания.“

Добрият ментор учи другите само на неща, които са имали отличен резултат в неговата работа. Към това се придържа и Десислава Авджиева, която смело се е хвърляла в най-различни сфери и е развивала своя професионализъм дори като водеща на различни събития. Виждаме я да помага на предприемачи да начертаят своята стратегия за развитие, учи ги как да популяризират своя бранд,

организира събития по различни теми и поводи

– от Деня на жената предприемач до Бизнес форум в Португалия. Обича да влиза в дълбочината на всеки проблем и на всяка идея и е лектор дори по темата „Как да използваме българските обичаи и традиции и да ги влагаме в съвременни събития“. За да покаже на практика как става това, наскоро получила поръчка да организира такова събитие за компания, като са ѝ дали срок от две години да го подготви.

Всяко събитие трябва да създаде преживяване, което да остави незабравим спомен у всеки от участниците, но е важно да има и кауза – това за Десислава Авджиева е квинтесенция за събитийната индустрия. И на финала на тази среща ни дава следната формула за действие: Мисли алтернативно, действай автентично и не се отказвай. Гледай на всичко отвъд рамката на стандартните неща. Създавай емоция за другите и за себе си. ①



**ЕДИН ЗА
ВСИЧКИ,
ВСИЧКИ
ЗА ЕДИН –
този принцип дава
високи резултати
за организацията,
която умеят да го
прилагат.**

Десислава Авджиева

Майсторски клас за върхновяващи ПРЕЗЕНТАЦИИ



ХРИСТИЯН СТОИЛКОВ ДАВА КРАТКИ НАПЪТСТВИЯ КАК ДА РАЗВИЕМ СВОИТЕ СПОСОБНОСТИ ЗА ПУБЛИЧНА ИЗЯВА

Яна Колева

Доброто презентирание не е просто дарба или талант, а е умение, което се развива, убереява Християн Стоилков, основател на компанията Presentation Leader. Той предлага презентации по мярка, думи по мярка, дрехи по мярка. Освен всичко знае как да се справим с един от най-големите страхове - говоренето пред публика. Ето какво още може да научим от него, за да станем по-добри в публичните си изяви:

Презентационните умения са част от комуникационните способности. По една или друга форма ние постоянно презентираме и комуникираме. Това става чрез думи, интонация, езика на тялото и чрез тези три инструмента можем да влияем на човека или хората отсреща. Затова винаги трябва да внимаваме как ги използваме, е съветът на Християн. Кои не би желал аудиторията да го приеме и да се настрои на една и съща вълна с него в качеството на презентатор. Голяма част от хората обаче не знаят как да направят интересни, полезни и ангажиращи презентации. **Но защо ни е да сме добри презентатори?**

Хора със заложи, които работят за компании и нямат собствен бизнес, най-лесно и бързо може да се изстрелят нагоре в кариерата си, прилагайки презентационните си умения. Те са част от лидерските умения и когато развивате способността да правите добри презентации, ще привличате вниманието и ще получавате овации, което няма как да не се отрази на вашите резултати и на кариерното ви израстване. А за предприемачите това е успешен инструмент за разрастване на техния бизнес - те вземат участия в различни конференции и когато с присъствието си на сцената печелят доверие, те може да се сбобият с много нови клиенти. **Но как Християн Стоилков попада точно в този комуникационен вихър?**

Провел стотици обучения, работейки за различни компании. Те стават важна част в работата му като учител на търговци на мобилни устройства, като част от екипа на презентационна агенция, като дистрибутор на голям китайски бранд за смартфони. Виждайки резултатите от своя труд, той иска да стартира собствена компания, а все нещо не му достига да се реши. Но... през 2019 г. Доналд Тръмп спря търговските връзки на САЩ с тази компания. Тогава в екипа ѝ в Централна и Източна Европа започват съкращения и Християн попада сред тях. И си казва: „Чудесно, точно тази засилка чаках“.

Така поставя началото на своя собствен бизнес - през лятото на 2019-а се появява Presentation Leader, а в началото на 2020 г. създава Академията за впечатляващи презентации. Вижда огромен потенциал за работа в това лекторите на конференции и други събития да са добре подготвени за публични изяви. **Как обаче ораторите задържат вниманието на публиката?**

Ключът към възхваляващата презентация е в добрата подготовка, интуицията, опитът, като основното е, че трябва да са възхваляващи оратори, но същевременно се очаква да дават полезна информация, да влягат настроение и лично отношение. Когато има емоция и заряд, а не вялост и монотонност, то представянето пред аудиторията няма как да премине незабелязано. **И все пак не се ли иска талант?**

Нито един велик говорител не се е родил велик говорител. Той се създава чрез много практика. Най-добрите оратори са готови да говорят много дълго време, без преувеличено да са се готвили за това. Натрупаните умения като количество после дават резултат във високо качество. Колкото по-тренирани сме, толкова по-лесно влизаме в различни роли, посочва Християн Станков. **Как да се усъвършенстваме, може ли само чрез неговата книга „Лидер в презентацията“?**

Книгата за презентационните умения е като Закона за движение по пътищата. Може ли да станем добри шофьори, без да познаваме този закон? Най-вероятно може, ще се научим да караме кола, но по-добре да познаваме добре правилата. Затова и при усвояването на презентационните умения е по-добре първо да се запознаем с теорията, а после да пристъпим и към практиката. **Презентациите са новият бизнес, върху какво точно е фокусът му сега?**

Насочил се е към развитие на обучението и популяризирането на книгата си. Самият той изготвя лимитиран брой презентации по поръчка от компании. Новото му начинание е да разгърне собствена марка облекла по поръчка, основно костюми за мъже и жени, ушити по мярка. Дрехите са част от презентацията и това е

важна стъпка, с която Presentation Leader ще продължи да расте. **Какво се крие зад тази идея?**

Възхновенето идва от Пенчо Семов, един от най-богатите българи: „Когато научих неговата история, бях силно впечатлен и леко ядосан, защото чак на 27-годишна възраст стигнах до този бележит индустриалец. Той тръгва от едно мъничко село Цвятковци край Габрово, а постига толкова много. Възгледите му за живота и развитието се основават на три думи, станали негово кредо - Труд, Любов и Постоянство. Ще закодирам това в бранда на костюмите, защото вярвам, че има грехи на успеха. Пенчо Семов е създал най-голямата фабрика за преработка на вълна, а хубавият костюм се изработва от висококачествен вълнен плат. Искане ми се

да възродя спомена за този успешен предприемач, и то през продукта, който ще предлагам“. Ще се ползват най-добрите италиански и английски платове, а ще се шият в една от най-добрите фабрики в страната. С качествените костюми ще се затвори цикълът „Лидер в презентацията“. По грехите посрещат, а по нашите умения ще ни изпратят, напомня Християн. **Но как се изграждат тези умения?**

Важно е да изградим увереност в поведението си пред публика. Да сме убедени, че презентацията ни е добре структурирана, да сме преценили каква е аудиторията и каква да е дина-

миката на говорене, да знаем какво искаме да постигнем и къде ни се ще да забележим тази аудитория. Трябва и технически да сме отиграли всичко - от работата с презентационния софтуер, до поведението на сцената. Когато непознатото ни стане познато, ще сме по-близо до възхваляващата презентация. Полезно е да сме подготвени с такива умения и появи ли се възможността, просто да я грабнем. **Какво още да знаем за презентациите, преди да се изправим пред аудиторията?**

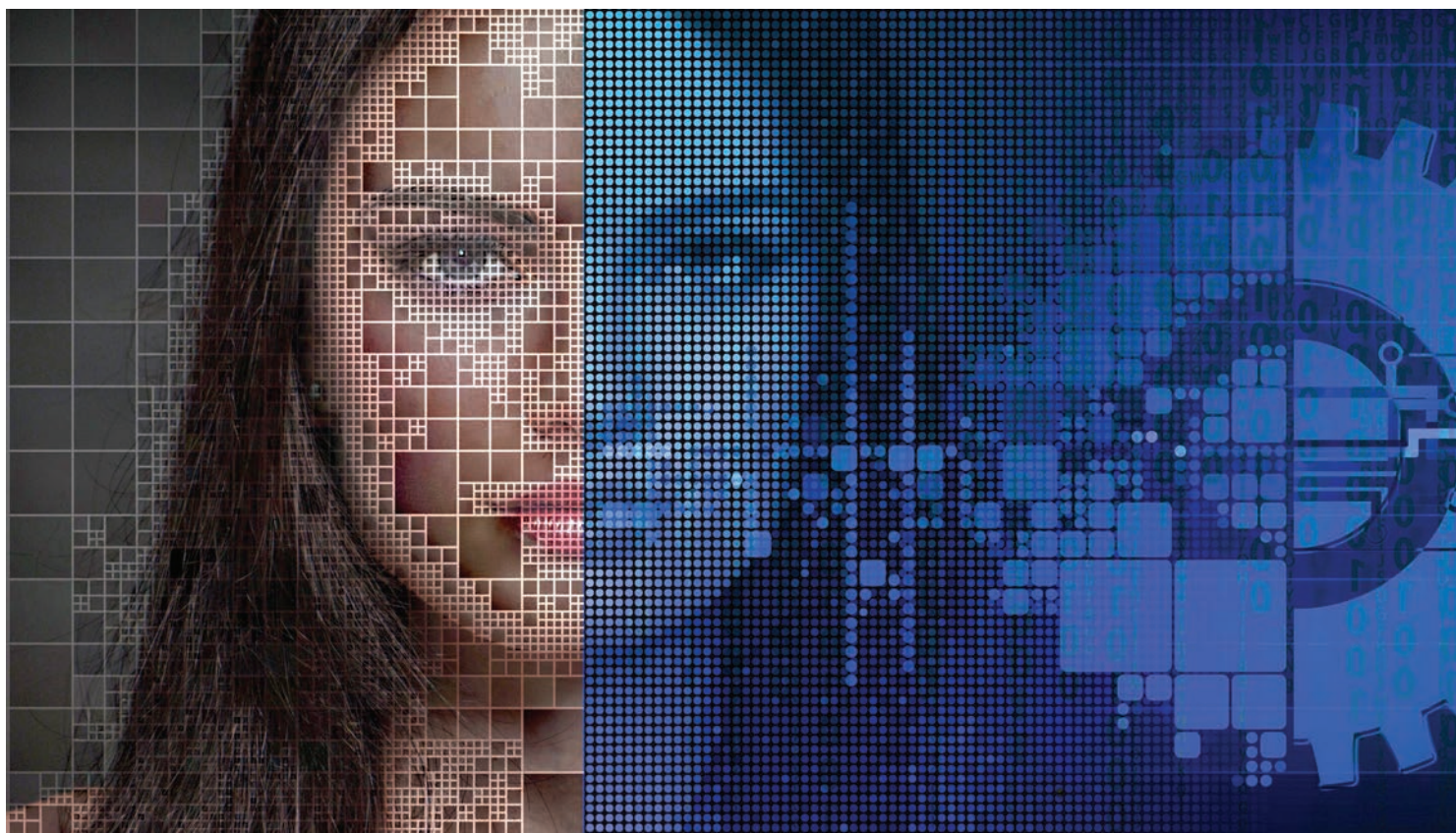
Има три презентации - тази, която подготвяш; онази, която изнасяш; и презентацията, която ти се е искало да представиш. Ако презентацията, която сме разиграли на сцената, е била близка до онази, която ни се е искало да бъде, значи тя е била впечатляваща за аудиторията. ☺

Три стъпки

Какво е добре да знаем предварително

1. Целта на презентацията и профила на аудиторията.
2. Контекстът на презентацията - дали ще се изпраща по имейл, или ще я представяме на живо.
3. Трите градивни елемента, от които зависи резултатът на всяка презентация - информацията, лекторът и дизайнът.

ЗАСЛУШАНИ в гласа на технологиите



ПСИХОАНАЛИТИКЪТ ПРОФ. ОРЛИН ТОДОРОВ НАБЛЮДАВА КАК ИЗКУСТВЕНИЯТ ИНТЕЛЕКТ СТАВА НЕИЗБЕЖНА ЧАСТ ОТ ЖИВОТА НА ХОРАТА И КАК ВЛИЯЕ ВЪРХУ ТЕХНИЯ ИЗБОР

✍ Тони Григорова

Всяка гостатъчно напреднала технология е неразличима от магията, казва британският писател и изобретател Артур Кларк. И наистина, една от „магиите“ на новото време е, че технологиите в наши дни водят до все по-силното ни срастване с тях. Нека през погледа на проф. Орлин Тодоров да видим промените у човека, които настъпват при симбиозата му с машините, и да разберем какво „чува“ психоаналитикът, който слуша гласа на технологиите и на изкуствения интелект:

След като си видели хороскопа, хайтек инженер и компютърен специалист решили да отидат за няколко дни във ферма без електричество, където да спят на

сламени дюшеци и да практикуват йога... Има нещо парадоксално, нали? От избора на тези хора става ясно колко прегрята е реалността на Земята, която става все по-замърсена, а те - все по-отчуждени от природосъобразния начин на живот. Вече съществува технология, за която създателите ѝ твърдят, че най-късно до 2050 г. чрез слотй от сателити ще може да трансформира слънчева енергия и цялата Земя да бъде захранена с нея. Това ще реши проблемите с

производството на електроенергия

и други енергоносители. Но веднага на дневен ред излиза въпросът кой ще при-

межава тази технология и къде ще бъде разположена, какво става с астероидното поле. И още по-важно - какво ще стане с други технологии, произведжани с други цели.

Има автори като физика Макс Тезмарк, които уверяват, че човекът е неутрален по отношение на технологиите и в зависимост от това как ги използва, може да ги превърне в приятел или във враг. Според Ювал Харари например водеща е амбицията да бъдем божества, а не човещи. Божествата са безсмъртни. И вече има технологии, които позволяват човешкият живот да бъде спасен и сериозно удължен. В най-новата си книга „Песента на клетките“ (The Song of the Cell), публикувана през 2022 г., Сидхарта Мукерджи говори за възможността да се лекуват тежки онкологични заболявания чрез съвременните нанотехнологи.

Съществува един класически апокалиптичен разказ, че технологиите са вредни, те може да поробят хората, да превземат света и да унищожат чове-



Интелигентните технологии
стават част от човешкото
несъзнавано,

ЧАСТ ОТ МИСЛЕНЕТО НА ХОРАТА.

Проф. Орлин Тодоров



© Pixabay

чеството. Към изкуствения интелект има и позитивна нагласа - той е част от прогреса, нещо ценно и полезно за човека. Романтическият разказ пък говори, че през машините и през техния поглед може да разберем човешкото, например научно-фантастичния филм „Изкуствен интелект“ (2001) на Спилбърг.

Най-същественото, което правят хората, е, че споделят общи вярвания, кошто наричаме големи споделени разкази. Ние, хората, сме в състояние свободно да общуваме, да се кооперираме, да очакваме, да превъзвигаме. В момента не съществува един обединяващ разказ, през който всички ние да функционираме. Онези, които вярват в технологиите, в прогреса, в науката, обикновено имат позитивни виждания и това ги обединява. Но има и апокалиптична гледна точка - че Земята е пред напускане, животът на тази планета върви зле.

Нещата стават все по-несигурни, смея се и отношението към познанието. Традиционните институции на знанието

се променят много бързо. Днешното знание до голяма степен е интернет базирано, мнозина слушат подкасти, лекции и курсове. Знанието става все по-достъпно, но то вече не е еднопластово и авторитетно, а до голяма степен е децентрализирано, деавторизирано и виртуализирано, което ни кара или да имаме критичен поглед към него, или просто да му се оставим.

Психоаналитиците слушат несъзнавания живот на човека, като се имат предвид биологично базирани способности да мислим, да чувстваме, да желаем, да имаме спомени... Психоаналитиците слушат вътрешната реалност на човека - цял набор от емоции, минали преживявания, модели. „Слушаме“ и се опитваме да установим как се е формирала

идентичността на хората

способността им да се индивидуализират, но и да се диференцират от групите хора. „Слушаме“ базисния, несъзнавания ментален живот на хората.

И все по-осезае се въпросът: Какво представлява интегрирането и живеенето в технологията, какъв е човекът, повлиян от изкуствения интелект? Дали постепенно способностите ни да мислим и да чувстваме стават технологично базирани? Моята теза е, че интелигентните технологии стават част от човешкото несъзнавано, част от мисленето на хората. Докато сутрин си пием кафе, чули сме и сме прочели госта неща през умните устройства, избрали сме какво да си купим, вече знаем кой маршрут да изберем до мястото, на което трябва да стигнем. Тези избори не сме ги направили съвсем самостоятелно, а всичко това, наред с новините, ни е предложено от алгоритмите. Технологията е станала част от нашата Система 1, бързото мислене, според Даниел Канеман. Добре, че умът ни има и друг подход - бавното мислене, при което се задейства паметта, разсъждение-

то, идентичността на човека.

Няма съмнение, че съществува огромна

разлика между човешкия ум и изкуствения интелект.

Базирани са на сходни принципи - принципите на невронните мрежи. Отликата е в това, че човешкият ум е телесно, но и социално базиран. Човешкият ум има еволюционно заградена позиция - да успее да развие самосъзнание. Не знаем дали изкуственият интелект може да постигне това. Днес говорим за еволюция, която се основава на технологична адаптация към света.

Живеенето с технологиите се откроява първо на интеграцията между ума и тялото. Пример от реалността - Юноша прекарва над 10 часа в деното с VR технология. Той не си дава сметка, че е напълнял с 30 кг. Няма ясна представа за образа на тялото си, нито за метаболитните промени в организма. За да бъдат осъзнати емоциите ни, те трябва да минат първо през телесното. Технологиите се намесват в

механизмите на желанията

на хората. За да може човешкото същество да реализира желанията си, трябва да има разстояние между желанието и постигането на целта. Човешката памет не е само трупане и складиране на информация, изкуственият интелект е многократно по-бърз. Но без това не съществува човешка идентичност. Днес хората губят своя фокус и заместват липсата на концентрация с онова, което интелигентните машини предлагат.

Технологиите са неизбежни, те стават част от системата ни на мислене, чувстване и възприемане на света, но е нужно да осъзнаваме как и доколко това ни променя. ☹

ХУАУЕЙ

и грижата за професионализма



КОМПАНИЯТА РАЗВИВА ИНИЦИАТИВИ ЗА МОТИВИРАНИ СТУДЕНТИ В СФЕРАТА НА ИНФОРМАЦИОННИТЕ И КОМУНИКАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ

През 2022 г. Хуауей Технологис България проведе две социално отговорни кампании, насочени към студентите и образованието. Това са стипендиантската програма Huawei - ICT Talents Training Seeds for the Future и глобалната програма Seeds For the Future. Целта им е да подготвят младите хора за реалния бизнес, да подготвят дигиталните им умения, както и да

обогатят лидерските им качества. Чрез тези програми технологичната компания откроява най-добрите и най-мотивирани в областта на информационните и комуникационните технологии и им предоставя нови възможности за развитие.

Представяме гледната точка на двамата ректорите на висшите училища, с които Хуауей си партнира.



Проф. д-р МИГЛЕНА ТЕМЕЛКОВА, ректор Качественото образование

В нашето висше училище партньорството с практиката е застъпено още във времето, когато университетът е институт, а впоследствие колеж. Днес то се развива с изключителна интензивност. Част от обучението преминава в реална производствена и бизнес среда, като нашите студенти натрупват опит директно в най-големите телекомуникационни, ИТ и технологични глобални лидери като Хуауей. Тези компании включват в образователния процес свои експерти, които са ангажирани с практическите

и лабораторните занятия. Така студентите получават знания, умения и компетентност от хора, които работят като инженери и мениджъри в утвърдени корпорации. Младите хора натрупват практически опит и така стават подготвени и адекватни към изискванията на пазара на труда, което им позволява да се реализират бързо по специалността, която изучават, дори още преди да завършат. Затова и 93% от нашите студенти работят още от втори курс в утвърдени и силни компании.

Проф. д-р инж. ДАНИЕЛА ТОДОРОВА, ректор на Висшето транспортно училище „Тодор Каблешков“: Държим студентите да имат досег с бизнеса

Транспортът и информационните и комуникационните технологии са все по-свързани и все повече свързват хората. Тази връзка неизменно и неизбежно съществува на много нива във всички видове транспорт. В сухоземния, за който във ВТУ „Тодор Каблешков“ се обучават специалисти, на практика е невъзможно функционирането както на железопътния, така и на автомобилния превоз без наличието на развити информационни, комуникационни и осигурителни системи, които да гарантират безпрепятственото и безопасно придвижване на хора и товари. Такива са например системите за управление на пътния трафик, системите за информация на пътниците в реално време, системите за видеонаблюдение на гари и спирки, системите за проследяване местонахождението на превозните средства. Дотолкова е невъзможно да водим нормален живот без тях, че ги приемаме за даденост и дори не се замисляме как се управляват светофарите, как се изготвят разписанията на обществения транспорт, как се разминават влаковете.

Обучителният процес в нашия университет дължи високата си ефективност на информационните технологии – разполагаме със система за онлайн обучение, учебните материали по всички дисциплини са достъпни в електронен формат, комуникацията между студентите и преподавателите извън учебните занятия е почти изцяло интернет



опосредствана.

Придобиването на практически умения

Няма друг начин това да става, освен чрез връзката с реалния бизнес. Така студентите на практика се научават да прилагат наученото в университета. Висшето транспортно училище има широка партньорска мрежа, която активно взаимодейства със студентите и им предоставя различни възможности – стажантски и стипендиантски програми, чрез карьерния ни център – директно предлагане на свободни работни позиции, участие на представители на

предприятията в учебния процес с висока степен на ангажираност. Резултатът е, че сред нашите възпитаници няма безработни, а много от студентите започват работа по специалността си още преди да са завършили образованието си.

Меморандум за сътрудничество

Партньорството с Хуауей Технологии България излъчва няколко важни послания. Първо, то е потвърждение за неразрушимата връзка образование – бизнес – наука. Второ, израз е на нашата грижа студентите да са в досег с едни от най-големите високотехнологични компании в света. И трето, установяването на партньорски отношения допринася за издигането авторитета и публичния образ и на двете страни. За нас е чест, че лично изпълнителният директор за България Тери Ли беше гост на две значими събития в нашия календар – тържественото отбелязване на 100-годишнината на ВТУ и дипломирането на бакалаврите от випуск 2022. При много голям интерес се проведе представянето на стипендиантската програма на Хуауей пред нашите студенти. И вярвам, че високите стандарти на компанията и независимото жури ще отличат най-добрите сред кандидатите. Очакват ни ползотворни отношения с голям принос за ВТУ и Хуауей, но най-вече за студентите и за системата на транспорта.

на Висшето училище по телекомуникации и пощи: е в крак с новите технологии

Партньорство

Качественото образование, адекватно на предизвикателствата на трудовия пазар, трябва да е в крак с новите технологии. Това изисква бизнес партньор и важи в пълна сила за висшето образование, защото то е системата, която най-много добавя стойност към икономическата устойчивост на компанията, не само с кадрите, които произвежда, но и с практико-приложните си разработки, които директно се внедряват от бизнеса. Цикълът се затваря и с директното участие на компаниите в обучението на студентите с техни експерти, със стажове и практики.

Ролята на дигитализацията

Живеем в Индустрия 4.0. Интегрирането между традиционни науки и дигитални знания води до намирането на професиите на бъдещето, до създаването на бъдещи иновации. Компании като

Хуауей заедно с университетите може да привнесат технологичен потенциал в нови специалности, които интегрират знания, умения и компетенции от различни научни области. Тези компании имат своето място при изграждането на бъдещите кадри, защото във всички сфери от медицината до публичния сектор са потребни инженери с дигитална и ИТ подготовка. Технологични лидери като Хуауей имат своето място и роля в изграждането от университетите инженерни кадри. 📍



Академия за ЛИЧНОСТИ



✍ Яна Колева

Децата обитават дома на бъдното, в който вие не можете да влезете дори насън, пише Джубран Халил Джубран в книгата „Пророкът“. Затова е важно отрано да насърчаваме децата си в израстването и в осъществяването на техните заложби. Възможностите са много, но вече се оформя едно ново място за обучения със съвсем различен подход - Академия за развитието на личността и талантите. Двигател на тази идея, прераснала в предприемаческа инициатива, е Калина Крумова Захариева. Тя създава среда, в която младите хора да открият себе си и да дадат полет на мечтите си.

КАЛИНА КРУМОВА ЗАХАРИЕВА ОСЪЩЕСТВЯВА СВОЙ ПРОЕКТ ЗА РАЗВИТИЕТО НА ХОРА И ТАЛАНТИ. ЗАПОЧВА С ДЕЦА, ЩЕ РАБОТИ И С ВЪЗРАСТНИ

„Аз съм родител и вярвам, че е наша лична отговорност децата ни да станат добре изградени личности. В Академията събираме различни възрасти, идентифицираме онова, което ги вълнува, и се концентрираме върху нещата, които ги правят щастливи - актьорско майсторство, танци, пее, рисуване. Чрез развитието на тези таланти, с помощта на високкоквалифицирани специалисти в съответната сфера, помагаме да отворят себе си, да опознаят другите, да придобият устойчивост, но и комуникативни умения. Търсим

златната среда между приятно и полезно

Знанията трябва да стигат до децата в състояние, в което те са свалили своите барieri. Без страх и без предубеждение, че всичко, което се

преподава в Академията, има елемент на задължителност. С екипа, в който има педагози, психолози, експерти и практики, смятаме, че сме намерили вярната формула. Интересът показва, че сме на прав път“, споделя Калина Крумова Захариева. Успехът обаче смелите и затова тя напълно се е посветила на тази дейност, която поглъща цялото ѝ внимание.

Детската школа поема малчуганите и те заедно с родителите тръгват по дългия път. Всички привикват на ред и дисциплина. Децата прекарват четири часа всяка седмица, в които

учат, творят и се забавляват

Групираны са в зависимост от възрастта - 6-8; 9-11; 12-15 години. Заниманията са ориентирани към това те да получат свободата да се изразяват, но и свободата да бъдат най-добрата версия на



© Pixels

самите себе си. Стремещт е още от малки да усетят магията на изкуството и на знанието. Тези четири часа в събота или в неделя не са нищо кръжок по меки умения, нито по пеене или по танци. Когато родителите се убедят, че детето иска да стане актьор и има качества за това, те може допълнително да акцентират върху обучението по актьорско майсторство. Големите постижения идват с упорита работа, отдаденост и постоянство. Задачата на Академията за развитие на личността и талантите е да насочи вниманието на деца-

та върху изкуствата, но и да ги научи да са добри отборни играчи, да оценяват себе си, своите плюсове и минуси, качества, които трябва да надграждат. Тази извънкласна работа е така организирана, че децата нямат търпение за следващото занимание.

Академията тръгва с дългосрочна и многопластова мисия. Детската школа към нея е само първата стъпка. Подготвят се програми за родители, които искат да вървят ръка за ръка с децата си, за да им покажат, че да учиш и да се развиваш никога не е късно. Програмите са ориентирани спрямо три стъпки: изкуства и таланти; меки умения; практическа подготовка за предизвикателствата на съвременното – например киберсигурността, здравословното хранене, опазването на околната среда, но чрез посаждането на цветя, дръвче и грижата за тях, чрез преживяването и усещането на темите. Когато децата харесат преподавателите, тази „химия“ предвещава невероятни добри резултати. В края на годишното обучение има финална изява, в която всеки показва как се е развил и какво е постигнал.

Предстоят обучения „Родители, деца и семейни отношения“. Това може да става и в работната среда на различни компании, като всичко е по мярка и според желанията и нуждите на конкретни клиенти. Така

мрежата ще се разширява

по естествен начин и ще дава още по-добри резултати, наред с новите предложения за деца и възрастни. Български компании подкрепят проекта и Калина Крумова Захариева планира през следващата учебна година за деца в неравностойно положение да има стипендиантски места, финансирани от различни организации. Някои фирми дават рамо на инициативите, свързани с обучението на децата на своите служители: „Няма нищо по-ценно от това да знаеш, че твоят работодател го е грижа за твоето семейство и твоите деца“.

Създателката на Академията е убедена, че през целия си живот всеки човек трябва

да се развива. При децата това става по-лесно – през играта. При възрастните спротивите стават по-големи, след като са влезли в коловоза на задълженията и бита. В програмата например са включени часове по арт терапия. Калина споделя личен опит, след като е изпробвала как работи тази възможност: „Нямам таланта да рисувам по традиционния начин, но посещенията в тези часове ми дават сила, енергия и свобода както нищо друго“.


И ако търсите

гаранции за възвръщаемостта

на парите си, погледнете на тази инвестиция през следната призма: „Академията не е електроуред, на който може да се сложи тригодишна гаранция, а това са човешки отношения и взаимодействие. При тях се изисква задълбочена и постоянна работа, а резултатите са дългосрочни и осезаеми. Гаранцията е в това родителят да усети детето си и да прецени дали то е на точното за него място“. Калина вярва, че конкуренцията ражда качествените продукти. В Академията се прилага мултидисциплинарният подход. Децата искат от всичко по много, когато става дума за забавни извънкласни дейности. Те са готови да опитат различни неща, докато разберат какво най-много ги влече. Воденето на най-различни курсове и уроци отнема много време на родителите, а чрез Академията те може

да декодират скрития потенциал

на своите деца.

Перспективите пред този проект са като пред всяко малко дете – да се научи да ходи, да тича, да покорява върхове, да не се страхува да падне и да си ожуги коленете, защото няма лош опит, има само ненаучени уроци от него. Усмивката и ентузиазмът се губят с порастването, но Академията иска да съхрани и да умножи това богатство на вътрешните преживявания. 



Повечето компании, готови да инвестират в развитието на своите хора, залагат на лидерството. Но за да си добър лидер, трябва да си ОТЛИЧЕН КОМУНИКАТОР, да владееш себе си и добре да познаваш емоциите на другите, а тези умения се усвояват най-лесно от ранна детска възраст.

Калина Крумова Захариева



ЕЛФУЕЛ

за по-чиста природа

**РУМЯНА ХРИСТОСКОВА
НАПРАВИ ЕКОДОБАВКА
ЗА БЕНЗИН И ДИЗЕЛ,
КОЯТО ЩАДИ НЕ САМО
АВТОМОБИЛА, НО И
ВЪЗДУХА**

✍ **Татяна Явашева**

Замисляли ли сте се за отпечатъка, който оставяте, докато пътувате напред-назад с личния си автомобил или с друго превозно средство и докато се транспортират стоките, които ще консумирате, а после и отпадъците? Транспортът е отговорен за около една четвърт от общите емисии на парникови газове в ЕС, като близо 72% от тях се дължат на сухопътния превоз на пътници и товари,

изчисли Европейската агенция за околна среда. Няма начин да няма начин този въглероден отпечатък да се намали... Румяна Христоскова е изобретател и тя вече има своето предложение за автомобилите на бензин и дизел. Ензимната добавка за горива „Елфуел“ помага да се пести гориво, да се намали замърсяването на въздуха, но дава отражение и върху по-доброто „здраве“ на автомобила, уверява тя. Ето как е създаден този нов продукт и какви са ползите от него:



© Рагула Рагулова

Да си изобретател е удоволствие и когато направиш нещо полезно за хората, това носи удовлетворение. Но такъв резултат е следствие от много труд, натрупване на знания и умения, а „дадеността“ да те осеняват нестандартни идеи идва на по-късен етап, казва Румяна Христоскова. През 2019 г. силно впечатление ѝ прави, че в Италия създават органичен лечебен продукт, в който вмъкват озон. Тя има опит с вкарването на кислород в сложна молекула, когато още преди промените от 1989 г. внедрява във „Фармахим“ нови технологии. Успехът на италианските ѝ колеги провокира изобретателя и учения у нея и тя се заема с експеримент извън сферата на фармацевта. Вижда потенциал в това да направи екодобавка за горивата, като използва погобен способ. Разработката ѝ отнема три години и много средства, но резултатът вече е налице. Продуктът вкарва атомен кислород в горивото, това засилва горенето в цилиндрите на двигателя, в които става процесът на изгаряне. Използват се ензими за получаването на добавката, както и за разграждането на различни органични съединения, чрез което бензинът и дизелът се обогатяват с кислород.

Лабораторни местове

С ензимната добавка „Елфуел“ разходът на гориво се намалява. Икономията е от 10% при по-старите модели коли, а при по-новите автомобили може да достигне и до 15 на сто. Резултатите от лабораторните измервания показват още, че с 83% по-малко стават неизгорелите въглеводородни емисии в отходните газове, с което осезаемо се намалява токсичността им, но и замърсяването на въздуха. С 33% спада нивото на измерения токсичен въглероден оксид. Със 17% се намаляват азотните оксиди, които имат гразнещ киселинен ефект върху лигавицата на очите и белия дроб. С 15% намаляват и фините прахови частици, сочат лабораторните анализи.

Ползи

Растителни природни продукти, които вследствие на ферментация се разграждат и се получават биовещества, които са богати на кислород – това стои в основата на иновативния „Елфуел“. Вследствие на подобреното изгаряне мощността на двигателя се увеличава, наред с детонационната му устойчивост. Намалява се и шумът, когато той работи. Същевременно колата пада по-лесно. Регулира се отлагането на сажди в ДПФ филтъра на дизеловите автомобили. Предпазва и от образуването на смолисти отлагания по EGR клапана, а това прави по-дълъг

живота му. Изследванията показват, че от поставянето на „Елфуел“ в резервоара не се променя самото качество на горивото, твърди изобретателката.

Обратна връзка

Ензимната добавка се произвежда в собствена база край Пазарджик от българо-австрийската фирма ИАН-ПИРОС. Затова тя вече се мества в България и Австрия, има своите първи клиенти и ползватели и се радва само на позитивни отзиви от нейната употреба. Сред първите, доверили се на иновацията, са редица притежатели на лични автомобили, но също така австрийски и български транспортни компании пробват добавката и потвърждават положителните резултати. „Откакто открих „Елфуел“, автомобилите от автопарка на моята компания не се движат, без тя да присъства в резервоара. Убедих се, че добавката помага да намалим разходите за гориво, да удължим живота на колите, но и да дадем своя принос за по-чиста околна среда, дори когато пакетът „Макрон“ ни задължава да връщаме камионите в България“, увери собственикът на голяма компания за транспорт и логистика.

Стъпка по стъпка

Румяна Христоскова е извървяла трудния път до създаването на продукта, успешно му преминаване през местовете, лабораторните изпитвания, международната сертификация и разрешителните. Очаква се патент. „Имам добри организационни умения и за мен не беше трудно да мина през всичко това“, казва Румяна Христоскова, която е управител на фирма ИАН-ПИРОС, производител на иновативната екодобавка. Но струва ли си да разработиш такъв продукт за малък пазар като българския? „Аз съм жена и майка и зная, че от две клетки се създава човешко същество. Обикновено в България всичко хубаво става бавно, но стъпка по стъпка вървим към пазарната реализация. Много повече време трябва, за да се роди нова идея, която да ме амбицира да я реализирам“.

ЕкоЛогично

Сега на ход са всички онези, които уверяват, че имат грижа за въглеродния отпечатък и за по-чистата природа в България и в света. „Елфуел“ е в разфасовки от 25 мл и един флакон стига за 80 литра бензин или за 70 литра дизел, а в зависимост от интереса, може да се сложи и в по-големи опаковки. Но само истинската грижа за въздуха, който дишаме, е в състояние да превърне „Елфуел“ в масов продукт. ☺



Профил

Румяна Христоскова е завършила фармацевта и химия през 1982 г. в Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“. От 1986 г. до 1989 г. е специализирала „Индолови алкалоиди“ в Института по органична химия с Център по фитохимия към БАН. Под ръководството на проф. Моллов тя прави разработка на тема „Иновативни технологии при създаването на нови фитохимични субстанции“. След промените през 1989 г. започва частен бизнес в областта на ензимните добавки към горивата, като създава „отраслова норма“ за пазарната им реализация и качество. От 2005 г. пренасочва научните си интереси към билките и концентрираните извлеци от тях. Патентова два сиропа, подходящи при настинка, вирусни заболявания, кашлица - Бионтус и Биоктин, а също и лекарствена форма за лечение на мигрена Семейран. Произвежда ги в собствена производствена база в Пазарджикска област.

Как планираме своето ЗДРАВЕ

✍ Яна Колева

Доброто здраве не е гаденост. То е резултат от ежедневна и целенасочена грижа. Както планираме своята кариера, семейство, ваканции, покупки, така може да предприемем най-важната стъпка - да планираме и здравето си. Това казва Боряна Герасимова, основател на Re:Gena и поддръжник за развитието на персонализираната медицина в България. В своята предприемаческа дейност тя е ангажирана със създаването на работещи решения за здравна грижа и превенция, съобразени с генома на всеки. В тази сфера я отвежда личен проблем, който става повод за нейната цялостна житейска трансформация.

Път

Боряна завършва информатика в СУ „Св. Климент Охридски“ и работи в технологичната сфера като програмист и проектен мениджър. На 26 години получава диагноза Лимфом на Ходжкин - вид рак на кръвта. Започва едногодишно лечение, което включва химио- и лъчетерапия и води до пълна ремисия на болестта. Битката ѝ обаче не свършва до тук. За да се възстанови напълно и да намали риска заболяването да се върне отново, тя започва да търси работещи мерки, които ще ѝ помогнат да се грижи за здравето си по най-добрия начин. „Осъзнах колко важно е да можем да правим навременен и информиран избор за начина, по който се храним, движим, живеем“, обяснява Боряна Герасимова.

Решение

Търсейки решение, попада на нутригеномиката - науката, която изучава взаимодействието между нашите гени и начина ни на хранене, приложима особено ефективно при превенция на хронични заболявания. Чрез нейните инструменти се стига до по-висока персонализация на хранителните препоръки, съобразени с конкретния геном, предписва се режим, благоприятен и щадящ здравето. От 2011 г. Боряна Герасимова е в пълна ремисия и успява до голяма степен да овладее страничните реакции от лечението. Но по онова време нутригеномиката е непозната в България наука и тя се наема да осигури у нас достъп до такива решения. Днес в Re:Gena има екип от специалисти: „Когато тръгвате на път, искате предварително да знаете дали той е в ремонт, дали няма инфраструктурни проблеми по това трасе, за да може да смените курса навреме. Целта ни е да помогнем на хората да разберат как работи тялото им и да ги подкрепим с експертиза в по-добрата грижа за него, а ако има рискове, да се вземат навременни мерки“.

Ползи

Генетичните изследвания може да са полезни, когато се правят в контекста на конкретна здравна цел - като лечение, превенция на заболяване, подобряване на фертилитета. Те дават непроменяема картина, но нашето здраве варира, затова трябва да се използват като инструмент в работата на специалистите.

**БОРЯНА
ГЕРАСИМОВА
МИНА ПО
ТРУДНИЯ ПЪТ И
СЪЗДАДЕ Re:GENA
ЗА ВСЕКИ, КОЙТО
МИСЛИ ЗА СВОЕТО
ПО-ДОБРО УТРЕ**



По тази причина компанията развива мрежа от здравни експерти, готови да прилагат тези способности, и предлага обучение на онези, които имат интерес да използват такива изследвания в практиката си. Има редица заболявания, които може да бъдат овладени или предотвратени с режим, базиран върху генома. Екипът от лекари, сертифицирани да работят по проблемите на нутригеномиката, решава различни казуси на пациентите. С компанията се свързват и професионални атлети, които се стремят към високи постижения. Сред тях е плувецът Теодор Цветков, който плува 71

часа без прекъсване в открити води, а при подготовката си разчита на резултатите от своето ДНК изследване и експертизата на лекар генетик и нутригенетик, специалист по хранене. В детския футболен клуб „Лудогорец“ също има футболист с амбиции за спортно майсторство. След генетичните изследвания и направените предписания, младият атлет по-успешно се предпазва от травми, здравето му се подобрява, енергията му се покачва. Има още множество добри примери и сред тях е млад човек с наднормено тегло, който се обръща към Re:Gena. Той започва упорито

Стана моя мисия да помагам на търсещите да намират

ПО-БЪРЗ И ЛЕСЕН ПЪТ

към здравето си, без да налудкват и да рискуват.

Боряна Герасимова



да спазва направения персонализиран хранителен и тренировъчен режим. Само няколко месеца по-късно изпраща снимка, на която е с минус 20 kg, после стига до повече от минус 40 kg здравословна корекция в телото.

Да намалим риска


Засега подобна услуга търсят основно хора, които искат да се справят с конкретен здравословен проблем – най-често след като са пробвали какъво ли не, но без успех. Re:Gena работи с физически лица, здравни специалисти и клиници. В световен план се наблюдава тенденция и за бизнеса, който има грижа за здравето на своите служители – компании, които предлагат тези изследвания като придобивка за хората си, за да са здрави и продуктивни в своята работа. Своевременната профилактика намалява значително голяма част от рисковете, продукувани от нашите гени. Затова и Re:Gena кани експерти, които в безплатни уебинари по различни теми разказват за връзката между здравето и генетиката.

Усилия за промяна

Когато човек види генетичния си профил, разбира точно по какъв начин неговото тяло работи и дори редица научни проучвания доказват, че става по-мотивиран да полага грижи за здравето си. Изследванията най-често действат като ускорител, който изкарва пациентите от зоната на „комфорт“, в която са се настанили. Те получават силен импулс да приложат предписания им режим на хранене и на живот. „Ние не предлагаме оправдания, а даваме на всеки обяснения как работи неговият организъм. Най-голямото предизвикателство не е просто да се направят генетичните изследвания и да се изотвоят режимите. Най-трудният момент е човекът да прояви дисциплина, да създаде своите нови навици и да има постоянството да следва препоръките“, казват от Re:Gena.

Здравен план

Планираме ли здравето си, набелязали ли сме цели, свързани с него, които да изпълняваме? Да имаме свой здравен план и конкретни стъпки за неговото осъществяване – тази привилегия предлага Re:Gena. Не само хора с високи финансови възможности си правят генетични изследвания, а има и такива, които спестяват или избират разсрочено плащане. Семейна двойка, която планира след време да има деца, може да се подготви за този етап. Не една и две са вече жените, които благодарение на генетичните изследвания са подобрили своя фертилитет.

Боряна Герасимова върви по свой път и едва ли ще се върне към някогашната си работа в IT сектора, тъй като вижда какви огромни ползи носят за другите новите и занимания. Тя е пример как трудностите, през които някой минава, може да доведат до по-лесни решения за много хора. 

• ВЪЗХОД И ПАДЕНИЕ •





КРАХЪТ НА НАЙ-БЪРЗИЯ
ЕДНОРОГ

• ВЪЗХОД И ПАДЕНИЕ •

В IRD ЩЕ БЪДЕ ЗАПОМНЕНА КАТО КОМПАНИЯТА, ДОСТИГНАЛА НАЙ-БЪРЗО В ИСТОРИЯТА ОЦЕНКА ОТ 1 МИЛИАРД ДОЛАРА, НО И КАТО ПРИМЕР ЗА СВЕТКАВИЧЕН ПОЛЕТ КЪМ КАНАВКАТА

Ния Илиева

Само преди 4 години не беше възможно да изминете повече от 10 стъпки по улиците на Лос Анджелис, без да налетите на паркиран електрически скутер на Bird или да срещнете някой, който лети с такъв по тротоара. Днес обаче компанията е на път да се превърне в синоним на бързия провал. Защо и как се случва за толкова кратко време един възход и последващо падение, особено когато преди това си се записал в историята като най-бързо разрасналия се до „еднорог“ стартап?

Началото

Bird е основана в Санта Моника, Калифорния, през 2017 г. от предприемач на име Травис ВандерЗандън. Той започва своята технологична кариера в Qualcomm. След това прекарва няколко години в компанията, наречена Yammer, преди да основе услуга за автомобилка по заявка, наречена Chery. През 2013 г. Chery е придобита от Lyft – компания за скутери под наем. С придобиването Травис става главен оперативен директор на Lyft, позиция, която заема около година, преди да напусне, за да стане вицепрезидент по международния растеж на Uber – може би най-известната компания в сектора на споделената мобилност. После Lyft го съди за предполагаемо нарушаване на споразумението за пове-

рителност. Травис остава в Uber до октомври 2016 г. През 2017 г. решава, че явно е натрупал достатъчно опит в сферата на услугите за споделена мобилност и основава сам подобна компания за наем на електрически скутери – Bird.

Първите скутери на компанията тръгват по улиците на Лос Анджелис през септември същата година. През февруари 2018 г. компанията набира 15 млн. долара във финансиране от Серия А. Месец по-късно събира още 100 млн. долара в Серия В, а само два месеца по-късно – още 150 млн. долара в пореден кръг финансиране. Тогава е големият бум на споделените услуги за мобилост в САЩ и тази ниша печели засиления интерес на инвеститорите. Резултатът не закъснява за Bird и след трите светкавични кръга на финансиране оценката на компанията надхвърля 1 милиард долара – или познатият ни вече статус на „еднорог“ (стартап, постигнал оценка от 1 милиард долара). От основаването на компанията е изминала по-малко от една



Травис ВандерЗандън

година и това я записва със златни букви в историята на стартапите – Bird е най-бързата компания, достигнала стаята на „еднорог“, в целия свят.

Назоре

През юни 2018 г. Bird набира още 300 млн. и вече е оценявана на 2 млрд. долара. След няколко допълнителни кръга на финансиране компанията в крайна сметка достига частна оценка от 2,8 млрд. долара.

Общо тя е успяла да привлече 415 млн. долара в 6 кръга частно финансиране. Изчислява се, че основателят на компанията Травис ВандерЗандън лично е прибрал 100 млн. долара от тези 415 млн., продавайки личния си капитал в компанията. Може би дори 200 млн. долара. Дори след тези частни продажби Травис все още притежава около 20% от акциите на Bird. При оценка от 2,8 милиарда долара по онова време, неговото състояние, макар и на хартия, се изчислява на 560 млн. долара.

В този момент той решава да инвестира в недвижими имоти. През ноември 2018 г. плаща 8 млн. долара в брой за новопостроено имение в Санта Моника, Калифорния. Продава този дом през юни 2021 г. за 9 милиона долара. През август 2020 г. Травис ВандерЗандън купува за 21,7 милиона долара имение в Бел Еър. Продавач е актьорът Тревър Ноа. Шест месеца по-късно Травис решава, че вече не иска това имение, затова го обявява за



продажба за сумата от 25 милиона долара. През октомври 2022 г. сваля цената на 19,9 млн., но и до момента имотът не е намерил нов купувач.

През ноември 2021 г. Травис купува и имение в Маями на стойност 22 млн. долара - в Корал Кейбълс. Така към момента той притежава недвижими имоти на стойност около 40 млн. долара. И добре, че е успял да вложи парите си в нещо, защото междувременно компанията потъва.

Наголу

Точно в месеца, когато основателят си купува имение в Маями, Bird излиза на фондовата борса. Цената на една акция достига 8 долара, което дава на компанията пазарна капитализация от 2,5 млрд. долара. В този момент Травис притежава 13% от Bird и така дялът му се оценява на 325 млн. долара.

Можете ли да знаете колко струва една акция на компанията през декември 2022 г.?

Отговорът е... 24 цента. И не, това не е правописна грешка. Пазарната капитализация на компанията в края на ноември достига 70 млн. долара. И ако самият основател е получил при старта ѝ 100 млн. долара, то той е успял да кешира повече от цялата стойност на компанията към момента на писане на тази статия.

Равносметката - за 4-5 години от летицията си старт компанията за споделена мобилност е загубила почти цялата си стойност.

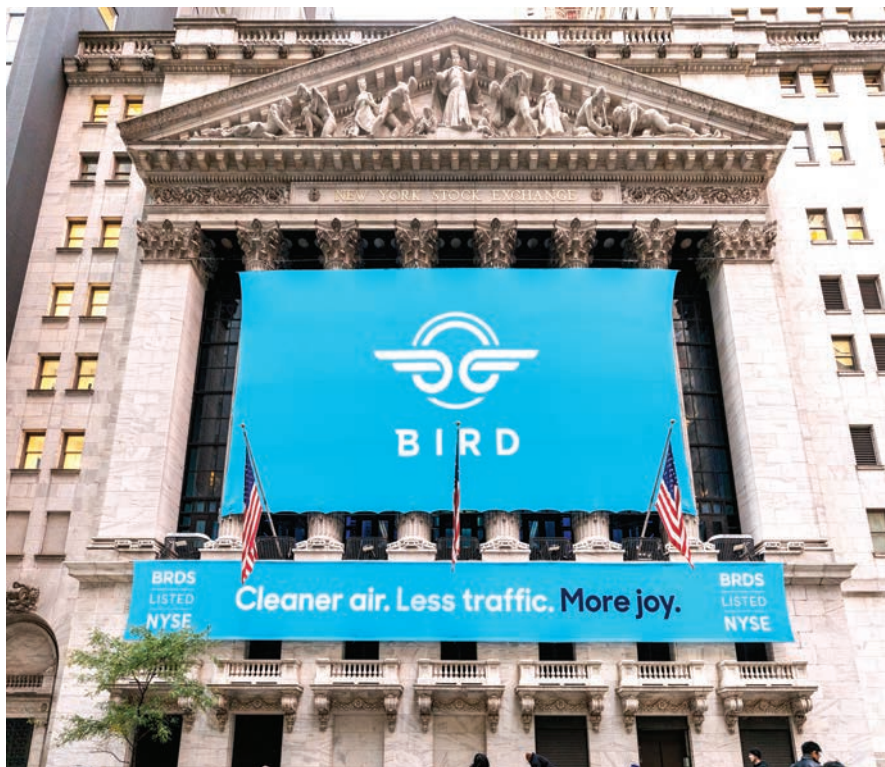
През ноември м.г. компанията обяви, че е застрашена от фалит, ако не осигури допълнително финансиране през следващите 12 месеца. В подадена декларация до Комисията за търговия с ценни книжа на САЩ от Bird уведомяват, че може „да се наложи да намали мащаба на операциите си или да прекрати някои или всички свои операции, за да намали разходите, или да потърси защита от фалит“.

Новината идва след разкрития, че компанията е имала надценени очаквания за приходите си, признавайки за неплатени пътувания на клиенти. Според Financial Times заради възникнал

проблем потребителите са могли да използват скутерите, без да разполагат с достатъчно средства в своите преплатени дигитални портфейли, което е накарало компанията да отчита погрешно приблизително 31,6 млн. долара в продължение на две години и половина.

Проблемите в Bird започват малко след публичното ѝ листване. През юни 2022 г. компанията уволни 23% от персонала си. Малко след това се изтегли от пазари като Швеция, Норвегия и Германия, някои страни в Близкия изток и Африка, както и от много градове в САЩ.

А сега накъде?



Свободното падане на Bird кара инвеститори и анализатори да поставят под въпрос бъдещето на компанията и състоянието на индустрията като цяло.

Резултатът? Изпълнителният директор и президент на Bird Шейн Торчиана, заменил на поста Травис ВандерЗандън през лятото на м.г., прогнозира голяма консолидация в индустрията, като две или три компании излизат начело. Bird, казва той, има шанс да бъде една от тези компании.

Този оптимизъм обаче може и да накара инвеститорите да повдигат въпросително вежди, като се има предвид случващото се в последната година.

След съкращенията, реструктурирането, смяната на ръководството и

излизането от множество пазари, както и заради спада на акциите, компанията предупреди инвеститорите, че може да няма достатъчно средства, за да продължи работа, и този негативен сценарий може да се случи в близките 12 месеца.

Торчиана твърди, че сътресенията са принудили Bird да предприеме действия и да разработи стратегия, която намалява разходите, подобрява ефективността и в крайна сметка дори води до рентабилност.

Неговият план включва увеличаване на скутерите със сменяеми батерии, поемане на по-голям контрол върху разпределението на активите и добри отношения с градовете, където оперира. Компанията има за цел да постигне по-

ложителен паричен поток до следващата година и да излезе на печалба след данъци за цялата година, дори ако трябва да пожертва известен растеж, за да постигне това.

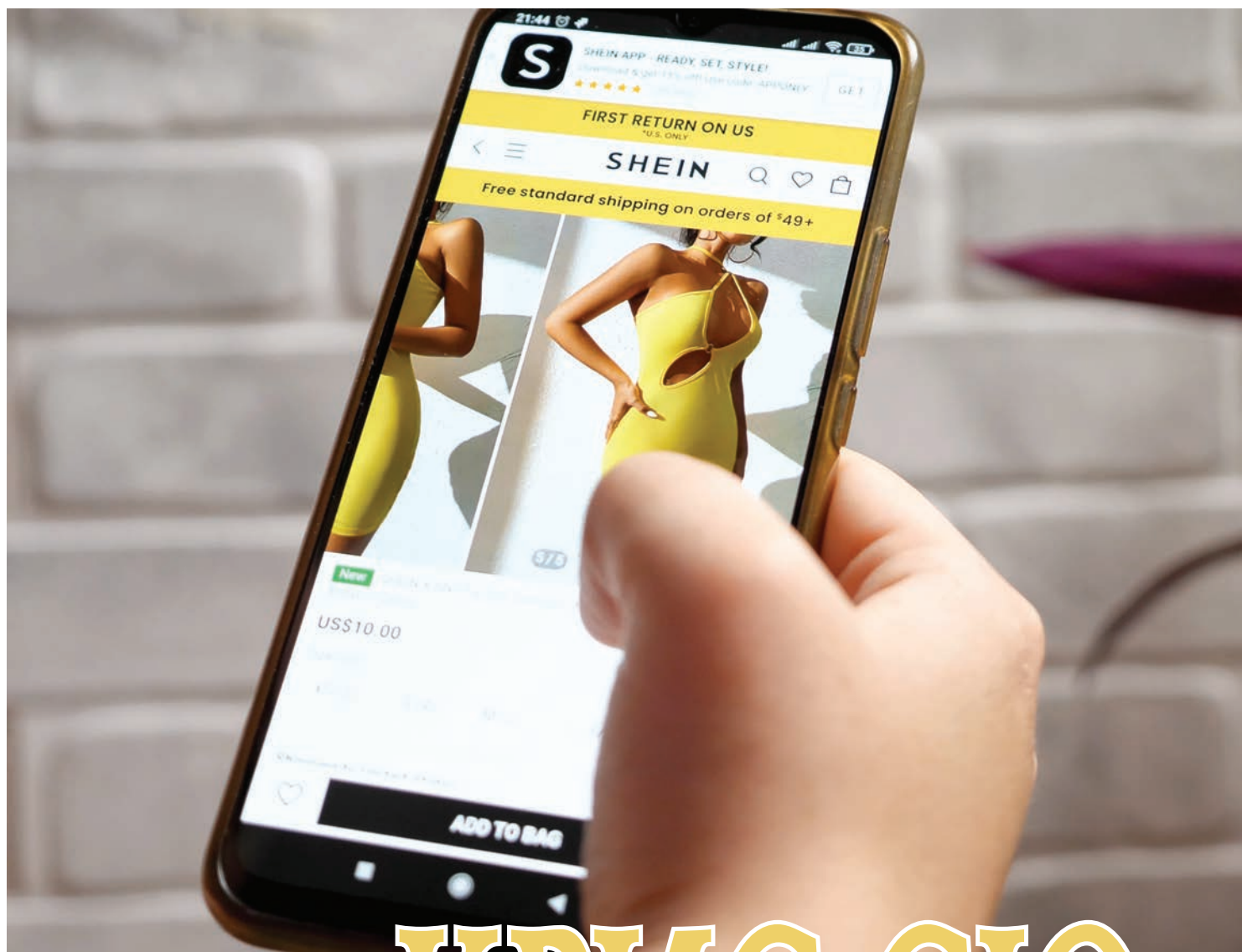
Но преди всичко: Bird трябва да набере малко повече пари, за да може да се превърне в самостоятелна компания. Тя приключва третото тримесечие с 38,5 млн. долара свободен паричен поток и оперативни разходи от 29,4 млн. долара.

Торчиана смята, че около 3% или 4% от това, което Bird е събрала като финансиране в исторически план, трябва да измъкне компанията от бездната и

да я изведе до „зелена“ територия. Bird отказва да разкрие общата сума на финансирането си, но според Crunchbase компанията е събрала 883 млн. долара до момента. Това означава, че необходимите 3-4% се равняват на набиране на нови 26 до 35 млн. долара, за да осъществи набелязания план.

Проблемът е, че имайки предвид нестабилното развитие на Bird досега, инвеститорите разбираемо се съмняват в успеха на плана за спасение. И едва ли са готови да си играят на рицари в момент на финансова нестабилност.

Да, най-вероятно в сектора на споделената електрическа мобилност предстои консолидация, но кои играчи ще оцелеят и дали именно Bird ще е един от тях, само времето ще покаже. ☹



КРИС СЮ

мистериозният собственик на Shein

КОМПАНИЯТА
СЕ ПРЕВЪРНА В
ЛЮБИМЕЦ НА
ПОКОЛЕНИЕТО Z И
АБСОЛЮТЕН ФЕНОМЕН -
СИМВОЛ НА БЪРЗАТА МОДА

✍ Ния Илиева

Само за няколко години Shein се превърна от мистериозен китайски сайт със странен интерфейс до любим на поколенията Z, което представлява огромен дял от пазара на бърза мода. И абсолютен феномен в сектора. Доказател-

ство за това е, че след поредния си кръг от финансиране през април м.г. частната китайска компания беше оценена по-скъпо, отколкото двамата най-големи и световноизвестни играчи в сектора на облеклата - собственика на Zara - Inditex, и H&M, взети заедно.

Основан от Сю Янмиен (известен



Shutterstock

още и като Крис Слю) през 2008 г., сайтът за пазаруване отбелязва астрономически ръст в много страни извън Китай. Дрехите, продавани на платформата, отразяват основните тенденции от популярни дизайнери и с цени като \$11 за панталон или \$4 за топ те намират огромна клиентска база. Затова и се разглеждат от мнозина като още по-достъпна алтернатива на гигантите в бързата мода H&M и Zara.

Популярността на Shein сред по-младите хора често се приписва на присъствието ѝ в TikTok – проучване на американската Piper Sandler „Taking Stock With Teens“ установява, че това е вторият най-теглен сайт за електронна търговия след Amazon. Проучването е проведено през 2021 г. сред тийнейджъри в САЩ.

Причините за това са повече от само „евтини дрехи“ и „младите хора го харесват“. В продължение на години Shein инвестира сериозни пари в целеви реклами и плаща на инфлуенсъри, за да популяризира облеклата ѝ. Повторното споделяне създава ефект на снежна топка както за индивидуалните стилове (от булчинската рокля за \$47 до горнище с

кръстосано убиване), така и за самата компания.

В TikTok само хаштагът #shein има над 3,33 милиарда гледания в края на м.г. Според някои оценки продажбите на компанията са нараснали от 10 милиарда долара през 2020 г. до 16 милиарда долара през 2021 г.

Следващата стъпка

Shein в момента е частна компания, но от поне година се говори за IPO (първично публично предлагане на акции) в САЩ. Като един от аргументите в полза на тази информация идва и фактът, че сред основните инвеститори в китайската компания са фондове като Sequoia Capital China, IDG Capital и Tiger Global Management. Появиха се съобщения, че основателят на компанията Крис Слю се опитва да получи сингапурско гражданство, за да улесни този процес. Китайските борсови регулатори затегнаха правилата през 2021 г., затруднявайки възможностите на местни компании да предлагат акциите си в чужбина. Затова и Слю иска да получи сингапурско гражданство, както и местна част от активите на компанията си от Китай в Сингапур.

Хора, запознати с плановете на Shein, казват пред Bloomberg, че IPO в САЩ може да се случи през 2024 г., а компанията работи по преодоляване на враждебността на китайското правителство към търговията на китайски компании на борси в чужбина, както и по критиките към нея относно спазването на човешките права и екологичната политика.

Ниските цени, които подхранват астрономическия растеж на Shein, са едно от основните неща, които привличат вниманието на западните регулатори – докато преди това проучванията привличаха вниманието към други теми – от служителите, които са принудени да работят 75 часа на седмица, до самите дрехи, които бързо се изнасят и са основен източник на текстилни отпадъци.

Но дори Shein да успее да преодолее екологичните опасения, свързани с евентуално публично предлагане на акции в САЩ, тя ще бъде изправена пред големи препятствия заради нарастващия антагонизъм между Китай и САЩ.

През декември 2020 г. Комисията за ценни книжа и борси (SEC) започна да изисква от китайските компании да представят документите си за по-задълбочени одити. След като отказаха да се съобразят с това изискване поради риск от проблеми с властите у дома, китайските JD.com и JinkoSolar Holding Co Ltd бяха добавени към списък с компании,

изложени на риск от изгонване от пазарите в САЩ. Това може да затрудни големи китайски компании да се листват в чужбина.

Въпреки това ходовете на Крис Слю с преместване на ключови активи към Сингапур и дори получаването на гражданство там дават ясна представа, че намерението му е да пробие на пазара в Америка. И не само. Компанията обяви през август 2022 г. и амбициите си за разрастване на Стария континент, като назначи изпълнителен директор, който да оглави експанзията ѝ в Европа – Жакобо Гарсия Миня, чиято автобиография включва висши позиции в Inditex и британския луксозен лейбъл Burberry. Той ще наблюдава операциите от Дъблин, докато Shein се готви да отвори поп-ъп магазини в големите европейски градове.

Разпознаемостта на марката, особено сред младите купувачи, вече е огромна. Дори ако никога не сте посещавали нейния сайт или приложение, вашите браузъри и социални медийни платформи повече от вероятно са ви показвали нейните реклами.

Кой е Слю

Но кой е човекът, който стои зад този феномен в „бързата мода“, направил една непозната за никого компания световен лидер по продажби?

Слю е сред най-богатите хора в Китай, но е значително по-малко популярен от други предприемачи като основателя на Alibaba Джек Ма или основателя на Tencent Пони Ма. Той не дава интервюта и рядко има публични изяви, извън обичайните си цитати в пресъобщенията на компанията до медиите.

В китайската преса често се цитира анонимен работник от веригата за доставки на Shein, посещавал централата на компанията в Гуандун. „Без значение по кое време на деня дойдете тук, дори в 2-3 ч. през нощта, можете да намерите на място Слю Яншиен и неговия екип. Той винаги е в срещи, никога не спира да работи и винаги се опитва да научи положителните неща за вас“, разказва анонимният човек. Дали може да му се върва като източник, е друг въпрос.

Различни статии описват Слю като американец от китайски произход, който е учил в университета „Джордж Вашингтон“, роден в Шандон през 1984 г., завършил в Университета за наука и технологии Qingdao. В съобщенията на компанията се казва само, че той е роден в Китай. Китайските медии го представят като обикновен студент от беден произход, който трябвало да работи, за да се издържа по време на колежа. Там той развива умения в оптимизацията



(SEO), което се оказва ключово за бъдещия му успех.

Статиите за миналото и издигането на Сю в индустрията рисуват картина на трудолюбив SEO специалист, с висок капацитет за безмилостни бизнес решения. През 2008 г. той създава трансграничен бизнес за електронна търговия, Nanjing Dianwei Information Technology, с двама партньори: Уан Сяоу, с когото имат равни дялове, и Ли Пен, който като консултант има 10% дял.

Ли казва пред Wired през май м.г., че триото е наело малък офис, опитвайки се да продава всичко - от чайници до телефони, преди да премине към грехи. Те започнали да усъвършенстват модела на компанията, която по-късно ще се превърне в Shein - малки поръчки директно към клиента, направени с малки доставчици, ориентирани към бърз отговор на търсенето, а не на прогнозираните продажби, и използване на SEO уменията на Сю за откриване на тенденции и промоции. „Работехме с ниски маржове и големи количества“, обяснява стратегията Ли.

През 2011 г. Сю създава SheInside, базиран в Нангжин онлайн търговец на булчински рокли и предшественик на Shein. Множество статии има за този период, и в тях много факти си противоречат. В някои от тях Ли разказва как Сю „изхвърли мен и Уан от играта“. Според Ли, Сю просто е изчезнал от офиса един ден, с контрол върху сметките на компанията в PayPal, игнорирайки всички техни обаждания. Пред „Гардиън“ другият партньор - Уан, потвърждава версията на Ли, но отказва да разкаже повече подробности.

Официално от Shein отхвърлят тази версия за събитията, а самият Сю е обявил, че ще гаде медиите пог съд, когато първоначално публикуват тази информация. Говорител на компанията казва пред „Гардиън“, че Ли е работил за Nanjing Dianwei от октомври 2008 г. до средата на 2009 г., но потвърждава, че нито Уан, нито Ли са станали партньори в SheInside, нито са имали бизнес връзки с SheInside. Самият Сю никога не е коментирал темата лично.

Две години след стартирането на SheInside, в един от редките си публични постове в социалните мрежи, Сю пише във Facebook: „Компанията се разрасна бързо и има повече от 50 служители!“ През 2015 г. компанията става Shein, премества централата си в Гуангжоу и отваря офис в САЩ.

Бизнес модел

Под ръководството на Сю Shein започва да развива собствена верига за доставки, което технически анализатори наричат „мръсна работа“, която „други по-малко успешни конкуренти пренебрегват“. Компанията на Сю обаче наема технически специалисти, които „ровят“ в целия интернет за популярни дизайни. Освен това сформира вътрешен дизайнерски екип и купува конкурента си Romwe - компания за електронна търговия, основана от Ли и тогавашната му приятелка. Рекламите и продуктите на Shein стават повсеместни, заливат интернет, а компанията става лидер в рекламите чрез инфуенсъри и знаменитости в социалните мрежи - особено в TikTok.

Shein печели невероятна репутация

сред хилядите си доставчици - предимно в квартал Нанкун в Гуангжоу - за това, че плаща сметките си навреме, но също така и за строгите си изисквания и търговски условия. Но въпреки това доставчиците предпочитат да работят с компанията, макар и понякога да губят пари от първоначалната поръчка, защото се надяват на поръчки в големи количества.

Говорител на Shein казва, че тези практики позволяват на компанията да намали разходите и да предложи добри цени на клиентите. „Нашият технологично ориентиран, гъвкав модел на веригата за доставки е в състояние да намали свърхпроизводството, като използва действителните пазарни изисквания за прогнозиране на продажбите и контрол на производството“, казва говорителят. Хора от индустрията коментират, че има широко разпространен скептицизъм относно устойчивостта на Shein като бизнес модел. И този скептицизъм до известна степен е нараснал по време на пандемията, въпреки че проблемите с веригата за доставки забавиха или смазаха останалата част от индустрията, а Shein продължи да расте, до голяма степен незасезната.

Бизнесът продължава да лети нагоре, поне според оповестяваните финансови резултати. Но скорошни продажби на частни дялове от компанията показват, че тя е на път да отстъпи от оценката от 100 млрд. долара, получена през април. С намеренията за предстоящо листване в САЩ инвеститорите ще продължават да се питат все по-често дали Сю ще успее да запази набраната досега инерция. ④



☆☆☆☆**efbet**

18
☆☆☆☆**efbet**

ТОП КОЕФИЦИЕНТИ
 **ВСЕКИ ДЕН**

18+

ПРИНЦИПИ

с които да прескочим отвъд ограниченията



РЕЙ ДАЛИО ВЯРВА, ЧЕ КЛЮЧЪТ КЪМ УСПЕХА
СЕ КРИЕ В СТРЕМЕЖА НА ВСЕКИ ДА ПОСТИГНЕ
МНОГО, БЕЗ ПРОВАЛИТЕ ДА ГО ИЗКАРАТ ОТ ИГРАТА

Рей Далио е легенда в света на инвестициите, приеман е като един от най-добрите инвеститори за всички времена. Основателят и собственик на най-големия хеджфонд в света Bridgewater Associates е роден през 1949 г. в Ню Йорк, САЩ. Той е една от стоте най-влиятелни личности в света според „Тайм“, присъства и в класация-

та на 100-те най-богати хора в света и Forbes оценява състоянието му на 22 млрд. долара. Реймънд Далио, или просто Рей Далио, е събрал важна част от своя опит в книгата „Принципи“, сочена като задължителна за всеки инвеститор. „Всички успешни хора се ръководят от принципи, но понеже искат да постигат различни неща, раз-

лични са и техните принципи“, предупреждава Далио. И още: „Вярвам, че ключът към успеха се крие в стремежа да постигнеш много и да се провалш добре. Под „добър провал“ имам предвид способността да изпиташ болезнен неуспех, от който получаваш важни уроци, без да се провалиш толкова зле, че да напуснеш играта“.

Ако не се провалите, не надвишавате лимитите си, а ако не надхвърляте лимитите си, не максимизирате потенциала си.

Всеки път, когато се сблъскате с нещо болезнено, вие се намирате в потенциално важен момент в живота си: имате възможност да изберете здравословна и болезнена истина или нездрава, но удобна илюзия.

Успехът идва от това да знаеш това, което не знаеш, повече от това, което знаеш.

Ако сте достатъчно непредубедени и решителни, може да постигнете почти всичко, което искате.

Даването на подходящи роли на подходящите хора, които да работят за вашата цел, е ключ към успеха на всичко, което решите да постигнете.

Реалността функционира за

оптимизиране на цялото, а не на самите вас.

Адаптирането чрез бърза пробна грешка е безценно.

Грешките са естествена част от еволюционния процес. Не изпитвайте неприязън към своите и към чуждите грешки. Обичайте ги!

Наемайте подходящите хора, защото неподходящите причиняват огромни вреди. Имайте предвид, че е необходимо да познавате служителите си и оплакванията им, защото те са вашият най-важен ресурс.

Мислете за вашия екип като спортните мениджъри: нито един играч не притежава всички необходими качества за успех, но

всеки трябва да се стреми да даде максимум от себе си.

Ако не ви притеснява нищо, трябва да сте разтревожени – ако нещо ви притеснява, не бива да се тревожите.

Основополагащ природен закон е, че за да стане силен, човек трябва да прекрачи собствените си граници, което е болезнено.

Болка + Размисъл = Прогрес.

Лош избор: Да се притеснявате дали изглеждате добре.

Добър избор: Да се притеснявате дали постигате целите си.

Не се опитвайте да си затваряте очите за проблеми, които ви създават неприятности.

**Всеки сам решава какво да получи
от живота и какво да му даде**

ИКОНОМИКА

lifestyle



ЮВЕЛИРНИ
ШЕДЬОВРИ



Да носиш PRADA

ВЕЧЕ 110
ГОДИНИ
БРАНДЪТ
НАМИРА СВОЕТО
ЗАБЕЛЕЖИМО
ПРИСЪСТВИЕ В
СВЕТА НА ЛУКСА
И ЕЛЕГАНТНОСТТА

✍ Георги Георгиев

Историята на големите марки, останали живи и жизнени в продължение на повече от век, винаги е наситена със събития и резки обрати. Сред тях е и Prada, създадена преди 110 години в Италия.

Началото

През 1913 г. Марио Прада отваря малък магазин за кожени изделия в Милано. Скоро към бизнеса се присъединява и неговият брат Мартино. Целта на двамата е да предлагат висококачествени чанти и куфари, които

не всеки може да си позволи. Стратегията им се оказва успешна и марката бързо става популярна сред чужденците. Чантите се отличават със своя шикозен дизайн, който включва специални дървени дръжки, декорации, кристали и други елементи, взети от природата. По това време търговската марка се нарича Fratelli Prada, или Prada Brothers в английската версия. През 1919 г. компанията става официален доставчик на италианското кралско семейство. Именно поради това гербът на династия Савой присъства в логото на бранда. Така марката се превръща в символ на италианската аристокрация.



Магазинът на Prada в галерия Виктор-Емануел в Милано



Fondazione Prada

Съпрузите Патрицио Бертели и Миуча Прада

По нов път

Марио Прада вярвал, че жените трябва да се грижат за дома и не бива да работят, за да изкарват прехраната на фамилията. Затова жените от неговото семейство не били допускани до семейния бизнес. По ирония на съдбата обаче единственият син на Марио не се интересувал от нещата, с които бащата се занимавал, и така дъщеря му Луиз Прада наследява фамилияния бизнес и го управлява почти двадесет години. Когато тя застава начело на компанията, марката получава модерното съкратено име Prada. Луиз предприема експанзия и разширява продажбите в Европа и Америка. Тя също залага на безупречното качество и изискания стил. Но постепенно търсенето на тези изделия започва да нама-

лява, тъй като купувачите вече ги смятат за неудобни и непрактични. Този отлив на интереса ввежда финансова криза и възможен колапс. Но... новата ера за Prada настъпва през 1979 г., когато Миуча Прада, предприемчивата внучка на основателя, точно навреме взема нещата в свои ръце. Тя проявява креативност и размах, модната къща започва да разширява своето влияние и да диктува тенденциите за новия сезон. Постига го с подкрепата на бизнесмена Патрицио Бертели, който ѝ помага да създаде успешната визия за развитието на бранда Prada. Двамата се запознават през 1977 г., десет години по-късно той официално става неин съпруг, като и досега двамата продължават да държат контрола над управлението на групата.

Дързост

Миуча разширява границите на марката и започва да произвежда дрехи и обувки. Тя сръзва да създаде ново направление в произвежданите продукти - дизайнерски дрехи под формата на конфекция. През 1989 г. Prada дебютира с първата колекция, проектирана в успокояващи цветове, като доминиращият цвят е черен. Линията е проста и елегантна. Веднага след пускането на тази колекция Prada печели фенове, които обожават елегантността и лаконизма в противовес на общия кич. Благодарение на тази си смелост Prada придобива известност и като марка за шикозни дизайнерски дрехи. Брандът обаче проължава да се придържа към традицията да предлага стоки, които „не всеки може да си позволи“. Затова и създават отделна мла-

• МАРКАТА •

дежка марка - Миу Миу, име, производно на името на основния двигател в дизайнерските решения Миуссиа. Това се оказва печеливш ход, тъй като с появата си през 1992 г. новата марка привлича вниманието на младите хора с използваните ярки цветове. Разширяването на гамата от продукти продължава със слънчеви очила, бельо, аксесоари, парфюми и дори телефони. Появява се мъжката линия в спортно-ежедневен стил.

На прага на XXI век

В началото на 2000 г. са придобити марките Azzedine Alaïa и Car Shoe. През 2002 г. в Москва е открит първият бутик. По това време в света има 160 магазина на модната къща. Компанията отглежда средства за изразждането на огромна сграда в Сеул. През 2009 г. е издадена обемна книга за историята на Prada. Миуча казва, че винаги са търсили нещо ново и провокиращо и тази книга разказва за този път. Скоро излиза линия от чанти, изработени от екологични материали с абстрактни геометрични и флорални орнаменти. През 2010 г. стартира проектът Country of Origin, в рамките на който са пуснати четири напълно различни колекции: шотландска, перуанска, японска и индийска. Всяка включва тъкани и детайли, специфични за конкретната страна. Това е последвано през 2011 г. от лимитиран набор от цветни пътни чанти и коледни ключодържатели по формата на животни, облечени в стилни тоалети. Същата година излиза екстравагантна колекция от дамски обувки. Популярността на марката се доказва и от факта, че известни холи-

вудски актьори вземат участие в мъжкото шоу на есенно-зимната колекция. През 2012 г. на компанията е възложено да разработи униформа за италианския отбор по ветроходство за следващите олимпийски игри. През 2014 г. парижки бутик започва да предлага на клиентите да проектират обувките на мечтите си. Клиентът сам избира модела, цвета, материала, декора и дори нюанса на подметката, а инициалите му са разположени непосредствено под подписа на модната къща. През 2014-а Миуча Прада напуска поста президент на компанията, но остава творчески директор на Prada. През 2020 г. обаче тя започва да усеща нужда от прилив на нова креативност и кани белгийския дизайнер Раф Симънс, за да съвместява заедно с нея позицията творчески директор. Този ход се определя като смел опит две големи звезди да споделят властта на върха.

Филмово присъствие

Явната връзка на Prada с филмовото изкуство започна със създаването на

костюм за Ромео, чиято роля във филма „Ромео и Жулиета“ (1996) е изиграна от Леонардо ди Каприо. През 2006 г. излиза филмът „Дяволът носи Прада“, в основата е едноименният бестселър на Лорън Уайтбъргър, умело пресъздаден от режисьора Дейвид Франкъл с участието на Мерил Стрийп и Ан Хатауей в главните роли. Филмът носи огромна популярност на бранда. Друг значим проект е създаването на костюми за филма „Великият Гетсби“. Като част от това сътрудничество са подготвени 40 тоалета. Миуча казва, че е търсила вдъхновение не само в произведенията на Фицджералд, но и в стари колекции. После костюмите са изложени в бутик в Ню Йорк. През 2014 г. компанията получава предложение за производство на комплект куфари за филма The Grand Budapest Hotel.

Възход, но не само

През 2007 г. заедно с LG представя мобилен телефон. Устройството дори получава няколко престижни награди. Малко по-късно е пуснат друг модел... Но марката има и не едно изпитания. Така например през февруари 2015 г. в The New York Times е публикуван репортаж за използването на щраусова кожа от луксозни модни марки и бруталните методи за добиване на тази суровина. Твърдението се основават на продължило с месеци разследване, в което и Prada се оказва сред ключовите брандове в модата, търгуващи с продукти, направени от щраусова кожа. Компанията не изчака скандалът просто да се забрави, а обявява, че от 2020 г. животинска кожа няма да бъде употребявана в дизайна на новите продукти: „Фокусирането върху иновативни материали ще позволи на бранда да проучи нови граници на креативния дизайн, като същевременно задоволи търсенето на етични продукти“.

Светът се променя, бизнесът - също, но Prada остава законодател на модата за хора със стил, които обичат лукса и елегантността. Компанията произвежда широк диапазон от модни стоки и всичко това благодарение на непогража-



Магазин на марката в Париж

Миуча Прада за минимализма и смелите ходове

Миуча Прада защитава докторат по политология и се изявява като страстна привърженичка на Италианската комунистическа партия. Тя помага на майка си Луиз в модния бизнес и през 70-те прави успешен опит с изработката на дизайна на удобни, практични и модерни чантички от иновативни материали. **Големият успех на модна къща Prada настъпва**, когато тя среща Патрицио Бертели, упоритият тоскански производител на кожени изделия, който има собствена фабрика. В крайна сметка той става неин съпруг и поема в свои ръце мениджърския, финансовия и маркетинговия. Бертели се изявява като предприемач с широк хоризонт на вижданията и затова е непоколебим, че растежът минава през придобивания – така атрактивни марки като „Жил Зангер“, „Хелмут Ланг“, „Библос“, сериозен дял от „Фенди“ стават част от групата. Бертели **насочва семейния кораб към глобални цели**, например китайския пазар. „Ако не бях го срещнала, вероятно щях да се откажа, или поне нямаше да съм способна да направя това, което днес вече е факт. Най-вероятно все още щях да се занимавам с чанти и раници“. Тя си дава сметка, че той я подтиква към много от смелите ходове – например да правят обувки, да предложат собствена мъжка линия. През 2005 г. холдингът Prada увеличава рязко инвестициите си в Китай.

Един от постулатите на Миуча Прада: „**Обичам модата, но тя трябва да си знае мястото**, а не да управлява живота ни. Модата е



прекрасна част от битието ни, всичко обаче трябва да се прави за удоволствие“. Редица модни експерти признават заслугата на Миуча Прада към създаването и развитието на минимализма в модата, но пък тя има несъгласия да я причисляват към минималистите.

листите. Уверява, че при нея по-скоро водещ е стремежът ѝ да създава облекла, които са женствени и съобразени с индивидуалността. Нейните творения гарантират на клиентите нов тип „разкош“ и разновидност на лукса, като се избягват клишираните форми и знаци на богатството и разточителството. Една жена може да изглежда добре, луксозно и разкошно без непременно да е отрупана в злато и диаманти, без прескъпи материали, позлата и всевъзможен блясък. **Сдържаността, лекотата, стилната строгост стават присъщи на лукса тип Prada**. До много от оригиналните си идеи Миуча достига, водена от своето шесто чувство. Може би ѝ помага липсата на дизайнерско образование, което някои биха сочили и като основен недостатък. За Миуча Прада обаче се твърди, че тя има **способност да предсказва бъдещето на модата** и да лансира сеизмични тенденции, които вълнуват индустрията с впечатляващи и дълготрайни ефекти.

емата Миуча Прада и острия бизнес нюх на нейния партньор в бизнеса и живота Патрицио Бертели. Под тяхно ръководство Prada се позиционира като една от емблематичните марки и най-известните модни къщи на нашето време.

Скок през кризата

Луксозната марка успя да намери верния подход и премина през пандемията без срив. И дори отчита сериозен финансов ръст – през първата половина на 2022 г. нетните продажби са се увеличили с 22% в сравнение със същия период на предходната година и достигат 1,9 млрд. евро. Според Прада Груп добрият резултат се дължи на добрата формула: Предлагане на нови и емблематични продукти с ясна идентичност, което води до много добро представяне във всички продуктови категории.

Във времена на голяма трансформация често големите компании губят своята гъвкавост. Но и на 110 модната икона Prada пази своето достойнство. 📌





Празнична фиеста с

BRIDAL FASHION

Празничното облекло е специално, а стилът е немислим без хармонията с индивидуалността и характера на онзи, който го носи. И ето какво ново в Bridal Fashion – ексклузивен представител и агент за България на водещите световни брандове, производители на официални, коктейлни и абитуриентски рокли. Отново прецизно селектирани в широко разнообразие от единични бройки, тоалетите покриват всеки грес код за официално събитие – от white tie, през black tie до smart cocktail.

Американските брандове Sherri Hill и Alyce Paris, които акцентират върху елегантни и женствени силуети с романтично излъчване и изискан блясък, са най-желани сред абитуриентките по света, но също и от звезди като Селена Гомес, Майли Сайръс, Кендал Дженър, Арцана Гранде и Мис САЩ. Актуална е корсетната конструкция, дълбокият гол гръб, равно или асиметрично деколте и диагонални цепки. Цветовете са горско зелено, метално сребристо, черен хайвер, лилаво и червено. Роклите в парти стил са блестящи, с кристални ресни или ръч-

но нашии малки огледални плочки с ефект на сянка.

Голямо е предлагането на **официални тоалети**. Party Edit на Pronovias 2023 са представени в 4 теми – Sparkle, Lace, Essential и Print. Елегантност в нежни, пясъчни цветове, както и дръзко зелено, яркочикламено, също и в принт, лавандула, кралско синьо и малиново червило са

хитовите цветове за новия сезон. Marchesa Notte за Pronovias 2023 е отново романтична, нежна, лека от фини материи. Су-

луетите извайват мялото или са в линия „А“, подчертавайки талията. Характерни са флоралните контрастни бродерии и 3D цветята.

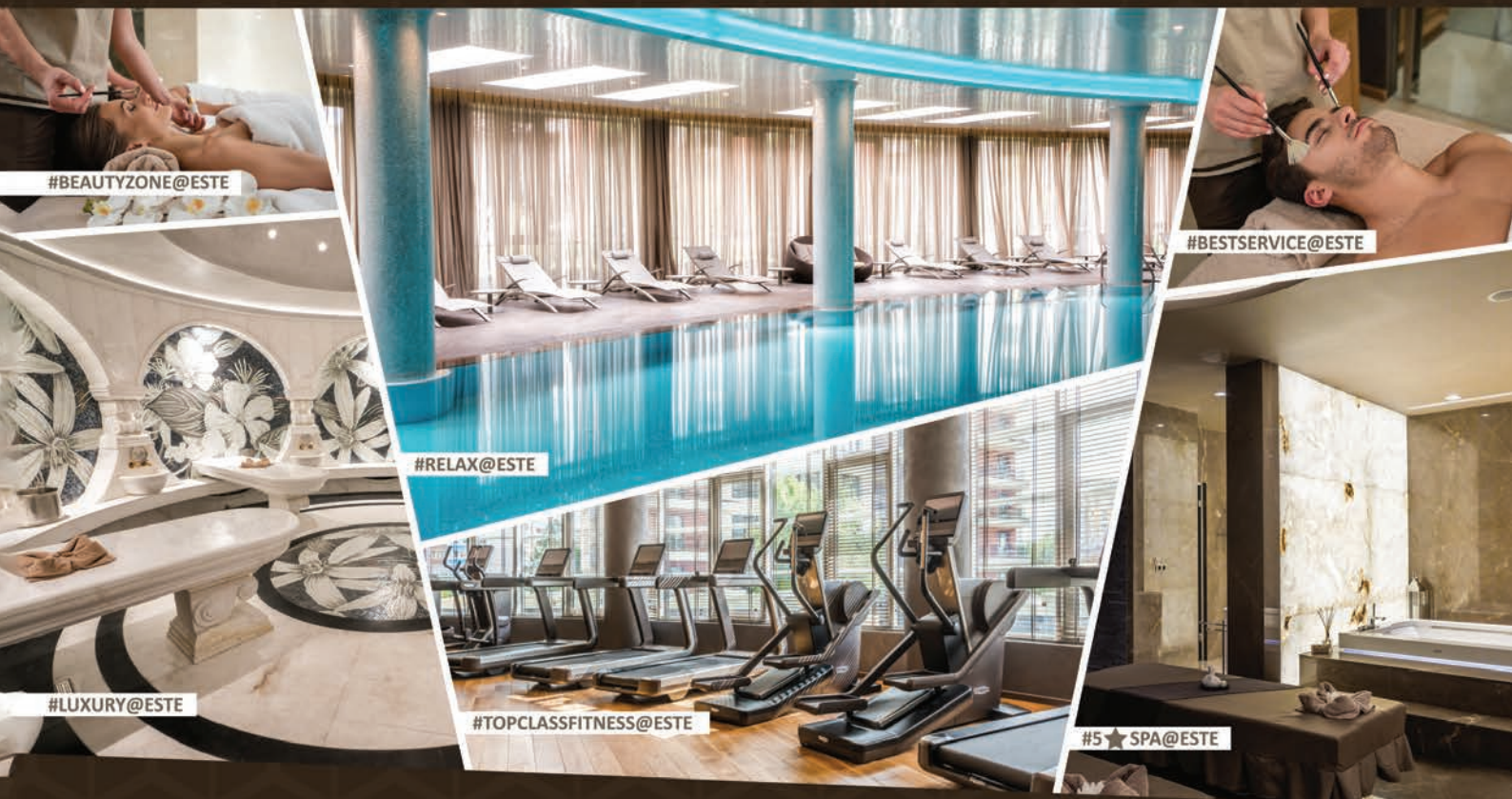
Световноизвестният гу-зайнер Вера Уанг представя минималистична и стилна колекция с интересни акценти и впечатляващи аксесоари. Цветовете са бурзунди, небесносиньо, лайм и лимоненожълто, яркочикламено и оранжево. Зендая, Емили Ратайковска, Рита Ора и Гуен Стефани носеха шедьоври с емукет Vera Wang на последната Met Gala в Ню Йорк. ☺

**КОЛЕКЦИИ 2023 НА
SHERRI HILL, VERA,
WANG, PRONOVIAS,
MARCHESA И ALYCE PARIS
ОЧАКВАТ СВОИТЕ КЛИЕНТИ**

Тоалетите от тези брандове очакват дамите с добър вкус и отношение към детайла в бутик Bridal Fashion, мол Paradise center, 3 етаж.



Este
FITNESS & SPA



Магията на СПА...

www.estespa.bg

Скъпата АЗ и модата



Модата е начин на изразяване чрез облеклото, казва Мила Захариева

МИЛА ЗАХАРИЕВА ВЛИЗА В КРЕАТИВНАТА ИНДУСТРИЯ СЛЕД УСПЕШНА КАРИЕРА В ДЪРЖАВНАТА АДМИНИСТРАЦИЯ

Татяна Явашева

Модата се простира готам, докъдето стигат мечтите ти... Историата на Мила Захариева е добър пример за това. С цели 20 години тя отлага своята професионална среща с модния дизайн, като се посвещава на други „сериозни“ занимания. Дългият път към реализацията на стаените заложби все пак я отвеща там, където ще развие таланта си, но и потенциала на други като нея, отказали да вървят по отпъканите пътеки. Брандът La Cara Mi EXCLUSIVE и организацията в подкрепа на модния бизнес International Fashion Connection са само инструмент, чрез който да разкрие своя творчески заряд и предприемаческия си дух.

Стремежу

Облеклата, които Мила Захариева създава, се позиционират в луксозния сегмент. „Не гледам модата през призмата на лукса, за мен тя е вътрешно усещане“, обяснява тя. Въдъхновява се от всичко, което провокира гласът на дизайнера да заговори у нея. И така тя започва да създава своите колекции от висок клас.

Нейният житейски път обаче казва, че преди да е станало твърде късно, никога не е късно да направиш рязък завои в кариерата си и да се оставиш на силата в теб да те носи. Минават 20 години от живота ѝ, които тя

посвещава на реализация, която в очите на други е завидна, но така дълго потиска един свой талант. Завършва маркетинг във ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, като преди това учи в строителен техникум, макар нейната класна ръководителка да я насочва към шивашкото училище в старопрестолния град. По онова време обаче то не е сред реномираните професионални гимназии в града и Мила се дистанцира от тази идея. Освен маркетинг тя учи политология, публична администрация, дипломация, национална сигурност. Развива се в сферата на администрацията – работи в университет, държавни служби, ведомства, агенции, комисии, става ръководител на две дирекции в Народното събрание – дирекция „Административно-правно обслужване и човешки ресурси“ и дирекция „Парламентарна канцелария и приемна“. Но... съдбата явно е имала други планове за нея и в един момент я повежда по нов път. През 2018 г. става президент в Business Lady Club, за да е в полза на дамите от бизнеса със своя опит в администрацията.

Роду се звезда

Брандът La Cara Mi EXCLUSIVE се появява през 2020 г. по време на пандемията. Към тази стъпка я подтиква желанието да се чувства красива у дома, щом срещите с хора са отложени за неопределено време. Насочва се към изработването на домашни сетове и прави своята първа модна колекция „Home Edition“, която включва 39 модела, изненадващо голям брой дори за самата нея. Изработва ги заедно с конструктор и моделер, започва и мал-



кото серийно производство. Мила залага на концепцията за удобство и комфорт, меки и леки облекла, които не изискват специална поддръжка и гладене. Използва основно кадифе, сатен и еластичен набуk. Всички платове са така подбрани, че да са издръжливи и да имат по-дълъг живот във времето, без да губят своя блясък. Десенирането на тъканите става чрез сублимация, а не чрез багрене. Този способ позволява да се създават красиви и пъстроцветни тъкани.

Инстинктът се обажда

Гледано отстрани, Мила Захариева влиза с летищ старт в модния бизнес, но всъщност тя минава през преходен период, след като през 2017 г. излиза от сържавната администрация. Тогава се включва в организацията на Balkan Fashion Week, после за известно време е партньор на инициативата и всичко това е друга важна част от нейното училище на живота. После участва в създаването на българската модна телевизия Code Fashion. Постепенно модата става въана, която започва да я носи напред: „Следвах своя инстинкт и така влязох в модния бизнес. В един момент просто реших, че е дошло време да дам простор на онова силно желание, което усещах у себе си. Увлякох се, тъй като творческата стихия се отприщи. Преди това минах през период, който отсрочи създаването на собствена колекция и

собствен моден бранд, но пък точно този опит ще е твърде важен за развитието на International Fashion Connection (IFC)“.

В кухнята

Мисията на IFC е да подпомага фирми и компании в модния бранш да намерят своите партньорства и да изградят бизнес взаимоотношения в световен мащаб чрез срещи и участие в международни изложения, на които присъстват производители и търговци от модния бранш. Към нея се обособява и IFC-Academy, за да развива практически умения у хора, които не са учили специалности, свързани с модата. При това влизане в „кухнята“ на модния бизнес, всеки може бързо да се ориентира дали е за него. Мила сравнява тази Академия с малък университет, в който гост-преподаватели са теоретици и практики. Обучението е по тематични модули, които се провеждат в партньорство със Singer Bulgaria и VTC Textile Groupe.

Шанс

Първият курс по моден дизайн показва високи резултати, предстоят майсторски класове, водени от изявени личности в модния бранш. Курсистите изработват свои колекции от авторски модели, после се прави ревю. Завършилите успешно имат възможността да бъдат позиционирани в платформата на IFC - Academy, като ще може да пуснат в продажба своите

първи модели на тази и на други платформи, партньори на Академията. Ще се търсят и други точки на продажба. „Тази Академия е бутикова и ще привлича кандидати, мотивирани да се развиват в модната сфера. Тук всеки може да научи как да продава и как да управлява своя моден бранд“, обяснява Мила Захариева. Тя не се бои, че IFC-Academy може да създаде бъдещи нейни конкуренти, тъй като вярва, че в конкуренцията се ражда по-доброто.

Смяна на модела

IFC ще се стреми да създаде международни контакти, да иницира взаимодействия, полезно при реализацията на колекциите. Според създателката на тази организация България е способен производител и светът е добре да знае това. Световни брандове правят тук свои производства, тъй като тук има специалисти с отлични професионални умения. Мила Захариева смята, че трябва да отмине времето България да е дестинация за ишлеме. Бизнесът е редно да се пренастрои към създаването на собствени марки, така българските производители ще вървят напред с името си. Самата тя вече го прави със своя бранд La Saga Mi Exclusive, който в превод означава „скъпата аз, която съм специална“...

Тази история показва, че модата умее да си подбира хора със специално отношение към нея. ☺



© Диана Марков



Най-скъпите бижута в КИНОТО



Touchstone Pictures

ДИАМАНТИТЕ НАИСТИНА СА НАЙ-ДОБРИЯТ ПРИЯТЕЛ НА ЖЕНАТА

Ния Илиева

Има филми, които остават в историята с актьорската игра, режисурата, спечелените награди Оскар или касовите рекорди. Други завинаги имат специално място в съзнанието на зрителя заради блясъка и ослепителността на показаните в тях бижута.

Само при споменаването на лентата „Джентълмените предпочитат блондинки“ от 1953 г., първата асоциация на всеки е героинята на Мерилин Монро Лорелей Лий,

обсипана с диаманти.

Да не говорим за колието „Сърцето на океана“ в култовия „Титаник“ (1997) – прекрасното бижу „открадна“ звездния статует дори на големите звезди на лентата Кейт Уинслет и Леонардо ди Каприо.

Ново проучване на Confused.com класира най-скъпите бижута, използвани във филми, с помощта на експертни оценки, предоставени от реномираната британска бижутерска компания Queensmith. Вижте кои са те:

10 Хубава жена (1997)

На почетното десето място се нарежда истинска филмова класика за Пепеляшка, претворена на екрана от Джулия Робъртс и Ричард Гър. Да, всички сте я гледали – „Хубава жена“. В една от любимите на милиони жени сцени героинята на Гър поднася на Вивиан (героинята на Робъртс) кутия с огърлица от рубини и диаманти във формата на сърца. Тя е оценена на над 550 000 долара.



9 Домът на Гучи (2021)

В образа си на скандалната Патриция Регжиани в House of Gucci, Лейди Гага носи огърлица Bulgari, която се оценява на над 625 000 долара.

8 355 (2022)

Героинята на Даян Кръuger в The 355 - агент от германското разузнаване Мари Шмид, носи колието Sunny Side of Life Rose Gold на луксозната швейцарска марка бижута Piaget на стойност над 700 000 долара.



7 Туристът (2010)

В тази популярна лента от 2010 г. с Джонни ДеП и Анджелина Джоли героинята на Джоли носи гуамантено коле по дизайн на Robert Grosor, оценено на 2,5 милиона долара.



6 Анна Каренина (2012)

В екранната адаптация на „Анна Каренина“ от 2012 г. героинята на Кийра Найтли е „окъпана“ в диаманти на Chanel през целия филм. Оформена от дизайнера на костюми Жаклин Дюран като многослойни ивения, оъгърлицата Camelia Poudrè се оценява на малко над 3 милиона долара.

5 Джентълмените предпочитат блондинки (1953)

Лорелей Лий, изиграна от иконата Мерилин Монро в „Джентълмените предпочитат блондинки“, носи още по-култовата диамантена оъгърлица Moon of Virginia, оценена на почти 4,4 милиона долара.

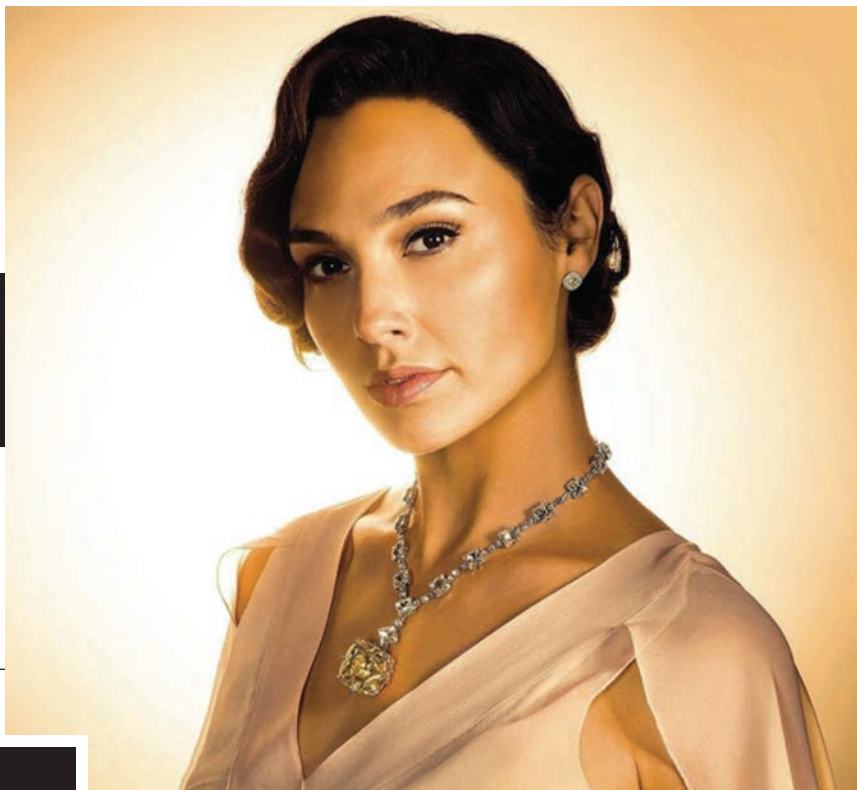


4 Как да разкараш гаджето за 10 дни (2003)

Пастелно жълтата рокля с гол гръб на Кейт Хъдсън в „Как да разкараш гаджето за 10 дни“ със сигурност е останала в историята на модните филми, но това напълно е валидно и за оъгърлицата с жълти диаманти „Айседора“ на „Хари Уинстън“, носена от нейната героиня Анджи Ангерсън. Произведението е оценено на между 4 и 5 милиона долара.

3 Смърт край Нил (2022)

Пресъздаденото от Tiffany 128-каратово колие с жълти диаманти, носено преди това от Одри Хепбърн и Лейди Гага, стои на врата на Линет Дойл - героинята на Агата Кристи, изиграна от звездата Гал Гадот. Неговата стойност е приблизително 30 милиона долара.



© The Walt Disney Company

2 Бандитките на Оушън (2018)

Героинята на Ан Хатауей в Ocean's 8 носи колието на Cartier „Toussaint“, което включва диаманти с различен размер и форма, включително 136-каратовия синьо-бял диамант Queen of Holland. Бижуто е оценено на 150 милиона долара.



© Warner Bros. Entertainment Inc.

1 Титаник (1997)



© Paramount Pictures

Според проучването най-скъпото бижу, показано някога на екран, е огърлицата „Сърцето на океана“, което носи героинята на Кейт Уинслет - Роуз. То е направено от базираната в Лондон бижутерска компания Asprey & Garrard. Огърлицата с 56-каратовия син диамант във формата на сърце се оценява на над 500 милиона долара. За съжаление „Сърцето на океана“ е само „измислен герой“, чиято история е базирана на един от най-известните диаманти - 45-каратовия Хоуп, принадлежал на Краля-слънце Луи XIV. ①



„ВИЛА ЯМБОЛ“

между традициите и промяната

Е ДНА ОТ
НАЙ-СТАРИТЕ
ИЗБИ В БЪЛГАРИЯ
ПОПУЛЯРИЗИРА
БОГАТОТО ВИНЕНО
НАСЛЕДСТВО НА СВОЯ
РЕГИОН С МАРКАТА
KABILE

От пазарна гледна точка най-доброто вино е продаденото. В това отношение производителят с традиции от 1924 г. „Вила Ямбол“ има с какво да се похвали. Тяхната едноименна марка е сред лидерите по продажби. Нецо повече - Villa Yambol е сред най-продаваните вина в България. Но за екипа на една от най-старите винарни у нас тези пазарни успехи не са достатъчни. В последните пет години избата прави смела заявка със сериш в по-високите ценови класове като приема задачата да популяризира традициите на своя регион.

Наследство в бутилка

Връзката между Ямбол и правенето на вино е много дребна, още от времето на траките там са се правили висококачествени напитки. Енолозите на „Вила Ямбол“ имат честта да правят вино в регион, отличен от дребните траки като идеален за вино. Те признават, че това за тях е отговорност и вярват, че виното е една от най-живите връзки между традициите и съвременността. Така се ражда идеята за серията Kavile по името





на древния тракийски зраг Кабиле. Националният археологически резерват Кабиле е само на 5 км от „Вила Ямбол“. Ще разпознаете марката Kabile още с етикета – на него е изобразена Кибела – тракийска богиня, наричана още Великата майка. С лансирането си преди шест години Kabile обра медалите и у нас, и на световни конкурси. Последните отличия дойдоха от международния Concours Mondial de Bruxelles, където Kabile Сура, бе определено за „Най-доброто вино от България“, а малко по-рано Kabile Мерло Резерва добави Голям златен медал от Vinalies Internationales, организиран от Съюза на енолозите във Франция.

„Високата оценка, която получаваме от международните съдии за Kabile, е признание, че правим вкусни вина на световно ниво, и по-важното – даваме възможност консуматорът да пие много качествен продукт на много добра цена“, разказва изпълнителният директор на винарната Красимир Аврамов, който е убеден, че родното вино не отстъпва по качество на световните лидери. Според него то се ражда още на лозето, затова във „Вила Ямбол“ обръщат особено внимание на лозовите масиви – близо 10 000 дка, които не са концентрирани само в едно землище.

Вятърът на промяната

„Да си голям производител не означава, че не можеш да създадеш уникални вина за ценители. Дори бихме казали, че е еднакво



трудно да реализираш малки партиди и да продаваш консистентно качество в големи обеми. Но независимо дали създаваме лимитирана серия или по-масови вина, за нас най-важен е вкусът“, допълва Красимир Аврамов. Доказателство за това е лимитираната серия на „Вила Ямбол“ Vineyards Selection – тетроарни вина, които се предлагат само във висок клас ресторанти. Те са резултат от близо 10 години усилия на масиви е изключително прецизен. Взети са предвид наклон, слънцегреене, почви и дори посоката на вятъра – ориентирани са според моряшкия ориентир Розата на ветровете – компас, който определя завърта-

нето на въздушните течения, посоката и интензивността им. Лимитираната серия се състои от три червени вина, произведени от микрорайони Тополица, Тенево и Болярово, едно бяло вино – от района на Трояново, и две естествено пенливи вина. Миналата година именно блендът от Мерло, Каберне Фран и Пти Верго от Тенево бе класиран на пето място в класацията Divino Top 50 за най-добри български вина.

Професионализмът, стройната организация на работа и пазарно позициониране на „Вила Ямбол“ говорят, че вятърът на промяната явно духа в правилната посока за тях. ☺

На гости в имението на „КАТАРЖИНА ЕСТЕЙТ“



**ВИНАРСКАТА ИЗБА
ЩЕ СТАНЕ ЧАСТ
ОТ КАРТАТА
НА НАЙ-ЛУКСОЗНИЯ
ВИНЕН ТУРИЗЪМ**

✍ Яна Колева

В последните пет години виненият туризъм върви към апогей. Появяват се нови хотели, а и все повече хора пътуват у нас и по света, привлечени от възможността за приятни преживявания, вдъхновени от виното. Нарастват инвестициите във винения сектор, което подпомага развитието на вината като брандове, но и на всичко, свързано с тях – бутилките, етикетите, начинът на предлагане, както и преживяванията, които създават силна връзка с марката. „Катаржина Естейт“ е производител на висококачествени български вина, който разполага със собствени лозя и винарна със своеобразна архитектура. Компанията прави своята следваща важна крачка в развитието си и в началото на това лято отваря бутиковия хотел L'Ambassade de Katarzyna. Той има всички дадености да се превърне в топ дестинация от световната карта на винения туризъм. И ето подробности от двигателя на този проект Цветелина Николова, управляващ директор на групата „Катаржина Естейт“ и дистрибуторската компания за вина и високоалкохолни напитки „Платинум Брандс“:

Виното е история, любов и емоция. В момента виненият туризъм става хит. И когато само след няколко месеца нашият хотел заработи, той ще привлече към България погледите на най-изтънчените ценители на виното. L'Ambassade de Katarzyna ще има всички качества да е редом до най-достоините от най-високия клас в света.

Пандемията се отрази зле на повечето сектори, но като пътувах по света през последните две години, ви-

дях, че има много нови хотели за винен туризъм, което означава, че тяхното изграждане или обновяване е започнало, когато коронавирусната криза е била в разгара си. Сега има

силен интерес

към алтернативния туризъм, различен от море и планински курорти. Хората искат да усетят виното, което в своето разнообразие става все по-интересен прогукм. L'Ambassade de Katarzyna

ще е нашето предложение – в точното време на точното място.

Преди 10 години нещата не стояха по този начин. Ние, винопроизводителите, не бяхме подготвени за подобен скок. Между 2013-2017 г., докато се обучавах в престижния международен институт OIV (International Organization of Vine and Wine), обиколах всички винарски региони в света. По онова време виненият туризъм съществуваше, но не и в тази форма, в която е днес. Дори във Франция, призната като майка на винопроизводството, даже там виненият туризъм не беше толкова силно развит, но вече има много нови изби и хотели за винен туризъм с нов стил в посрещането на туристите.

От ден първи на „Катаржина Естейт“ през 2006 г. имаме идеята да направим хотел. Но сезащият ни анализ показва колко е добре, че не сме го направили тогава. Светът е динамичен, всичко се променя бързо. И колкото повече познания трупаме, толкова критериите и желанията ни стават по-големи. Затова смятам, че

сега е нашият момент

да създадем с вещина такова място и да посрещаме там своите специални гости. През годините „Катаржина“ разви широк кръг от клиенти, партньори и приятели - не само на национално, но и на световно ниво. Компанията има своя невероятен екип, голяма част от който е с нас още от самото начало. Затова съм убедена, че сега е точното време за тази стъпка в нашето развитие.

В моите представи виненият туризъм изисква да имаш цяло имение със страхотна изба, лозя, хотел, който е много повече от място за нощувки. Локацията включва собствено биостопанство с градина за производство на плодове и зеленчуци. Иска се екип, който полага персонална грижа за всеки гост...

Заедно с моята колежка Маргарита Рангелова, която е от доста години в екипа ми, създадохме цялостната визия на проекта, като я реализираме с помощта на архитекти и дизайнери. Наясно сме към какво се стремим като

атмосфера и усещане

за гостите. Идеята ни е да покажем пътя на виното: от многопластовите древни културно-исторически следи в региона непосредствено до крепостта Мезек, та чак до ден-днешен. Нашата амбиция е хотелът да е със свой стил и запомняща се архитектура, но също така и да дадем възможност на посетителите да усетят магията на мястото. В много от интериорните елемен-

ти акцентираме върху тероара, който тук е с тройно почвено преплитане, а това е изключително рядко срещана природна даденост. Голямо богатство е в един декар лозя да имаме няколко вида почви. Затова берем гроздето разделно и винифицираме разделно, сякаш правим купажно вино от един сорт.

Петзвездният хотел е с 30 стаи и шест апартамента, той е с много общи части, но и с китни градини около него, с места за най-различни активности. В спа зоната ще предлагаме винени терапии. Обособени са кътове със специална атмосфера. Интериорните решения включват само натурални материали – дърво, камък, метал. Най-характерни са фините форми и елегантно поднесените етномотиви. Килимите и дамските са по собствен образец, персонализирани за конкретното място и повод.

Изграждането на хотела започна през април 2021 г. Попаднахме на добър екип от строители, всички са отдадени на каузата. Приемат обекта емоционално и професионално и са

въодушевени от проекта

макар и да сме чак до границата. За щастие край нас минава магистралата, но хотелът е на полето и не се строи така лесно, както би било в София. Но менажираме добре цялостното изпълнение, на фона на инфлацията и липсата на материали. Преувидихме и поръчваме всичко навреме.

Преди 5-6 години смятахме, че такъв хотел би бил плюс към нашите продажби. Сега сме убедени, че тази инвестиция значително би допринесла към цялостната ни дейност. За нашата компания вече е задължително да имаме такава „перла в короната“, защото хората са лъбопитни отблизо да усетят магията на мястото, където зрее гроздето, и да видят как виното се произвежда. Едва ли има човек, който да е идвал тук, и „Катаржина“ да не е останала завинаги в сърцето му.

През следващите две години Цветелина Николова си е поставила за цел да се фокусира върху доизграждането и „прохождането“ на L'Ambassade de Katarzyna. Набелязала си е да изкачи световен връх в луксозния винен туризъм. За нея няма съмнение, че постоянно трябва да се генерират идеи и да се създават тенденциите, които после други да следват. Сега обаче екипът начело с Цветелина Николова работи за този миг, когато преобразеното имение ще посрещне своите първи гости. ⑩



Виненият туризъм не е просто да отидеш да гегустираш вино, а е **НЕЗАБРАВИМО ПРЕЖИВЯВАНЕ** и потапяне в приказка отвъд всекидневието.

Цветелина Николова



Иван
Балабанов



Тодор
Балабанов



БАЛАБАНОВИ, Лъвов мост и мостът към поколенията

Работи за обществото, за да намериш и да постигнеш себе си - в тази формула за успех повярвали двамата братя Тодор и Коста Балабанови от Враца и съумели на практика да я приложат. Развили търговията с кожи, коприна и други манифактурни стоки, изнасяли продукция в Турция и Италия, но предприели и строителство на сгради, жп линии и мостове. Не останали встрани от политиката, твърди се, че именно близостта до властимащите им отклонила доста по-големи възможности. Спигнало се и до продължителен съдебен процес, свързан с изсичане на рилските гори. И все пак със своя размах двамата братя оставили ярка следа в историята на индустриализацията и българското предприемачество, която намерила продължение и от Иван, сина на Тодор Балабанов. Ето част от хронологията на събитията:

ТОДОР, КОСТА
И ИВАН
БАЛАБАНОВИ
ОСТАВЯТ ТРАЙНА СЛЕДА
В РАЗВИТИЕТО НА
ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО,
СПОСОБСТВАТ И ЗА
МОДЕРНИЯ ОБЛИК НА
СТРАНАТА

Тодор Балабанов е роден през 1852-ра, Коста е с три години по-малък. Баща им Иван израства в бедност, но осигурява добър старт на синовете си, като ги дава за чираци при богати врачански чорбаджии, сред които се откроява фигурата на Янаки Чохаджиев. През 1872 г. във Враца пристигат двама учители - Иван Славейков и Христо Даскалов. Те събират по-будните младежи и създават революционен комитет. Дватамата братя са привлечени от идеята и даряват средства за сформиране

на българското опълчение през 1877 г.

Близост до властта

През 1880 г. Тодор Балабанов става депутат във Второто Народно събрание. След като през 1882 г. княз Батенберг суспендира конституцията, либералът Драган Цанков е изселен във Враца. Това изостря политическите настроения в града и наставя разделение на либерали и консерватори. Братя Балабанови вземат страната на либералите и печелят доверието на трима



Сградата на гранд хотел „Империял“, построена от Иван Балабанов

бъдещи премиери - Стефан Стамболов, д-р Васил Радославов и д-р Стоян Данев.

Постижения

Съприкосновението на двамата братя с влиятелните хора в управлението им дава шанс да разгърнат своя потенциал. Те работят в съдружие, но основният двигател на идеите е

Тодор. През 1890 г. Балабанови се преселват в София, печелят все повече от търговия и предприемачество. Построяват жп линията Перник - Радомир, както и емблематичния за столицата Львов мост. Веднага след изграждането на жп линията до Мездра през 1897 г. Тодор се впуска в разработването на нова бизнес ниша и

построява спиртна фабрика в града. След време тя е преоборудвана за текстилно производство, като по-късно управлението ѝ преминава в ръцете на сина му Иван Балабанов, възпитаник на Висшето училище за световна търговия във Виена. Дватамата братя са сред големите дарители. Подпомагат изграждането на храма при Духовната семинария в София и на църквата в Мездра, даряват средства на врачанската църква „Свети царей“, оказват подкрепа и на училищата в града. Тодор става инициатор за създаването на Съюза на българските индустриалци през 1903 г. и е негов председател до смъртта си през 1912 г. След това постът е поверен на Иван Балабанов.

Дървообработване

През август 1902 г. игуменът на Рилския манастир дяко Йоаникий със съгласието на Светия синод подписва договор с братя Балабанови за 20-годишна концесия за горите на светата обител. През 1903 г. двамата създават фирмата „Българска горска индус-



Львов мост през 1910 г.



© Кристиан Спърков

прия“, построяват дървообработващо предприятие, а по-късно и мукавена фабрика в с. Бараково край Кочериново, изграждат теснолинейката Кочериново - Рилски манастир. Правят дъркорезница край Белово. Но в желанието си за по-бързи печалби не спазват условието да се секат само достигнали зрелост дървета и само за няколко години изсичат всичко с дебелина над 30 см. В резултат на обезлесяването започва ерозия на почвите в района, настъпват наводнения и загуба на голяма част от земеделските терени и ливадите. Срещу тази дейност се надигат лесовъдци, които отправят обвинения в корупция. Рилският манастир иска да прекрати договора, но Балабанови не спират сечта. Започват съдебни дела, които продължават до 1923 г. - една година след срока на концесията.

С нова сила

След кончината на бизнес лидера в семейството, предприятието край село Бараково е поето от Иван Балабанов, който за две десетилетия построява едно малко индустриално градче. В хода на Първата световна война той започва строеж на теснолинейка, първоначално тя е само за превоз на дървени трупи, но от 1927 г. осъществява и пътнически превози. Към фабриката за мукава и хартия в края на 30-те години е имало дори салони за театър и кино, болница и пожарна команда. Там живеели и работили хиляди работници от България, Сърбия, Италия, Франция, Испания, Русия.

Със своите постижения в индустрията, строителството и предприемачеството Тодор, Коста и Иван Балабанови граят устойчив мост към следващите поколения.

Къщата с титаните на Коста Балабанов на ул. „Граф Игнатиев“ в София



Къщи и хора

Богатата фамилия допринесе и за модерния облик на столицата:

- В началото на миналия век Тодор си прави къща на ъгъла на улиците „Раковски“ и „Московска“ - днес запазената част е собственост на руската дипломатическа мисия. В съседство до Руската църква има още една негова къща, в нея се е помещавало прочутото писателско кафене, което е в стила на виенския сецесион. То събирало ярки личности, сред които Елин Пелин, Йордан Йовков, Добри Немиров, Теодор Траянов, Асен Разцветников, Стоян Зорорчинов, Константин Коцантинков, Иван Шишманов, също и художници като Сирак Скитник, Дечко Узунов, Никола Маринов и Илия Бешков. Сградата е разрушена през 1975 г.
- През 1914 г. Коста Балабанов възлага на най-известния за онова време архитект Никола Лазаров да проектира негов дом на ул. „Граф Игнатиев“ 2. Архитектът го проектира

в духа на барока. Днес сградата продължава да съществува, известна е като „Къщата с титаните“.

- И досега сред най-забележителните постройки на София остава гранд хотел „Империал“ на пресечката на „Леже“ и „Съборна“, построен след смъртта на Тодор Балабанов от неговия син Иван по проект на именития архитект Киро Маричков. Сградата е най-високата за времето си в България, но грабва и със своя блясък, лукс и най-модерни удобства. Тя е разполагала с асансьор още при построяването, но най-голямото инженерно постижение е била стоманобетонната конструкция на холандския инженер Йоханес Питърс.
- Индустриалецът Иван Балабанов също построява къща в София - на ул. „Оборище“ 3, неин архитект е Мария Берово-Хенинг. Тя е завършена през 1938 г. и е с 3 апартамента за неговите 3 дъщери. ①



*Насладете се на кулинарни шедеври
и комфорт в Este Restaurant!*



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

МИСИЯ ЗДРАВЕ



ДВИЖЕНИЕТО Е НАЙ-ВАЖНОТО НЕЩО ЗА ДОБРАТА КОНДИЦИЯ НА ВСЕКИ, УВЕРЯВА ВАНЯ ВАСИЛЕВА ОТ ДАМСКИ ФИТНЕС КЛУБ „ФЕЕРИЯ“

✍ Тони Григорова

Най-доброто лекарство за човека е човекът, гласи една поговорка. Ваня Василева се е нагърбила с тежката задача да бъде такъв човек. В своята практика на спортист и предприемач тя е стигнала до извода, че движението е най-важният фактор, от който зависи нашето здраве. „Чрез движение успяваме да извадим много хора от ямата на здравословните проблеми, в която са попаднали“, призна

ва основателката на Дамски фитнес клуб „Феерия“. Защо е превърнала фитнеса в своя предприемаческа инициатива и защо се е насочила конкретно към дамската аудитория – това са въпроси, на които търсим отговор.

Отношението към спорта днес видимо се променя. Преди 25 години почти няма фитнеси, в които жената да е с приоритет. Ваня Василева първоначално работи в различни клубове, натрупва опит, изгражда свои виждания и разбирания и

през 2005 г. поема риска да стане предприемач, „хвърля се през глава“ и оттогава сама си е работодател.

Път

Ваня Василева се занимава от 3-годишна със спорт, тя е бивш състезател по волейбол и има над 10-годишна кариера. Завършила е Националната спортна академия, а после в НСА е преминала през различни специализации, за да може професионално да изгради програмата, по която днес работи. Тя е двигателът и визионерът на Дамския фитнес клуб „Феерия“. „Трябва да го има „тихият луг“, който да се наеме с управлението на рискови идеи“, признава тя. И не спира да зарежда с ентузиазъм екипа си, но и да насърчава клиентите си към упоритост и постоянство.



Има неща, които мнозина смятат за непостижими, но професионалисти като нас успяват да им покажат, че мисията е възможна.

Ваня Василева



Фокус

Интересът на жените към спорта расте, но статистиките за физическата ангажираност от деца до възрастни остават печални. Дамите остават най-слабо активни. „От 2005 г. насам вървим с темпото на голямата промяна. Наградихме квалификацията си. Разширихме модела на работа с различни средства, за което трябваше да увеличим познанията и образователния си ценз. Неуморни са търсенцията ни за средства и методики на работа, с кошто да променим тялото на една дама не само в естетически план, но и в здравословно отношение. Фокусът ни е основно върху възрастовата категория от 30 до 55 години“, обяснява Ваня Василева. Работи се върху отношението към храненето и движението. Но не заради суетата, а заради осъзнатата необходимост на жените да са здрави.

От личен опит

Преди 8 г. Ваня се оказва пациент, който трябва да се справи със здравословно препятствие. Това става крайъгълен камък за нея. Така стига до извода, че ако успееш да изградиш навик да поддържаш себе си в добра физическа форма, променяш структурата на тялото си и успяваш да се пребориш със съпътстващите заболявания. В своята практика тя установява, че при жените между 30 и 55 години нараства броят на засегнатите от метаболитни заболявания. В голяма част от случаите това е следствие както от липсата на достатъчно движение, но и от начина на хранене. Все повече стават дамите с наднормено тегло, което се отразява на работата на тяхната ендокринна, сърдечно-съдова, нервна и лимфна система.

Учителят и ученикът

В първите години Ваня Василева много болезнено приема, ако някоя дама, постиг-

нала добра форма след дълги усилия, в един момент се предаде. Сега гледа от друг ъгъл и смята, че всичко е въпрос на приемане и сила на всеки, че здравето най-вече е лична отговорност и персонален избор: „Учителят се намира, когато ученикът е готов. Но понякога учителят идва, когато ученикът не е в пълна готовност. Тогава учителят дори да го поведе по пътя, ученикът може да не продължи сам нататък. Има неща, които мнозина смятат за невъзможни, но професионалисти като нас успяват да им покажат, че мисията е възможна“.

Дистанцията сближава

В пандемийното време с клуба се свързват дами, които преди години са се установили да живеят в чужбина. Връзката е била прекъсната, но те преоткриват хората, които са им били полезни с грижата за доброто здраве. Ваня първо била убедена, че тренировките не може да стават онлайн, интересът от жени извън София обаче променя нагласата ѝ. Тя търси как да модифицира работата си, за да се постига резултат, подобен на този, когато се тренира на място във фитнеса.

По-силни

Бизнесът на фитнесите е сред най-засегнатите в пандемията. И „Феерия“ почти не работи през 2020 г., но за разлика от други техни колеги не прекратява своята практика. Предлагат онлайн тренировки на хора, които не искат да се обездвижат, и на такива, които имат нужда рехабилитацията им да продължи. Като магарето, попаднало в дълбока дупка в пустинята, на което му наливали вода и то, ритайки с крака, успяло да си направи стъпала и да излезе, така и „Феерия“ не се поддава на отчаяние, а намира своя нов път. „Кризата ми предложи възможност да изляза извън зоната си на комфорт и да погледна своя бизнес

от друг ъгъл“, признава Ваня. В това най-трудно време тя проумява, че споделяната отговорност е по-лека и в една от дейностите привлича съдружник, макар и преди да е работила с екипа си като отборен играч.

Изключенията правят правилото

Преди години само за четири месеца се справят с наднорменото тегло на дете на 16 г., което тежи 109 кг. Стигат до 75 г. За такъв успех са нужни много усилия и воля. Но както всички други качества, така и волята се изгражда и развива, убедена е Ваня. „Феерия“ работи основно с жени, но се появяват и мъже, които търсят решение на сериозни проблеми. Техният брой е колкото да потвърди правилото, че клубът е основно женски. Кирил например е пациент от 6 г. насам. Родителите му търсят помощ, след като той претърпява сериозна черепно-мозъчна травма. Сега е постигнал значително подобрение и самостоятелност, каквато в самото начало била направо немислима. Този млад мъж е пример за поуражание, който може да вдъхнови и други хора с проблеми да не губят битката, още преди да са я започнали.

Танц за двама

Отговорността да работиш с хора с проблеми е тежка, но пък резултатите обнадяват: „Аз съм човекът, който се опитва да покаже на пациентите и клиентите, че „Феерия“ не е магическо лекарство, а е подкрепящият тренинор, който напътства, но и изисква от всички, поели по пътя на промяната. Този „танц“ се играе от двама. Удовлетворението от добрите резултати си струва“.

Ваня Василева вярва, че който спаси един човешки живот, спасява цяла вселена, и с екипа си продължава още по-уверено напред в своята мисия „Здраве“. 🙏

Нови книги от Сиела

„СССР и Източна Европа (1941-1991)“

от Марк Крамер

В авторитетното си изследване Крамер, преподавател в Харвардския университет и всепризнат експерт по проблемите на Студената война, СССР и Източния блок, представя и анализира различните измерения на продължителната повече от четири десетилетия съветска доминация над държавите от Източна Европа, насилствено изменила естествения ход на тяхното историческо развитие. Изданието има за цел да допълни анализите на историците след 1990 г., направени след разсекретяването на редица архивни документи и досиета. То изследва в по-широк мащаб взаимовръзките между процесите в Източна Европа и бившия Съветски съюз.



„Най-великото шоу на Земята“

от Ричард Докинс

В ново издание се появява може би най-знаковата книга на еволюционния биолог, в която той кани читателите на увлекателно пътешествие из доказателствата за непроизволния естествен подбор. Авторът на „Делюзията Бог“, „Себичният ген“, „Магията на реалността“ и др. оборва напълно всички антиеволюционни митове – от „стълбата на живота“, според която еволюцията стартира от един ствол, до някои от най-крайните религиозни вярвания.



„Османо-Хабсбургските войни (1500-1792 г.)“

от ас. д-р Александър Стоянов

В изданието изтъкнатият историк се заема със задачата да изучи и опише една от най-мащабните конфронтации в историята на Европа – борбата между двете династични империи – Османската и Хабсбургската, проточила се почти 300 години. Сблъсъкът между тях започва далеч преди прочутата обсада на Кефалония през 1500 г., а противоборството им засяга не само Европа, но и Северна Африка, морските пътища към Индия и дори далечна Индонезия.



„Тесла: Неговият невероятен и объркан живот“

от Марко Перко и Стивън Стал

Удивителната биография на гения, който превръща и най-смелите си фантазии в реалност, но така и не успява да победи своите вътрешни демони, оживява в тази биография.

„Тесла“ се превръща бързо в „световен бранд“: от научните измержвания и електрониката до създадените през XXI в. и кръстени на негово име автомобили и улици. Но въпреки че е изминал повече от век, откакто той „осветява“ света, реално погледнато ние все още знаем твърде малко за човека, дал ни плодове на своя неукротим гений.



A woman with long, wavy blonde hair is wearing a white, floor-length wedding dress with intricate lace detailing and a deep V-neckline. She is standing in front of a stone building with large columns. The dress has a long, flowing train that is partially visible on the ground.

Bridal Fashion 

Bridal Fashion - официален представител за България
на Pronovias, Vera Wang, Marchesa, Sherri Hill, Alyce Paris, Randy Fenoli, Modeca
Адрес: София, мол Paradise center, 3 етаж, Тел: 0885 007 477

www.bridalfashion.bg

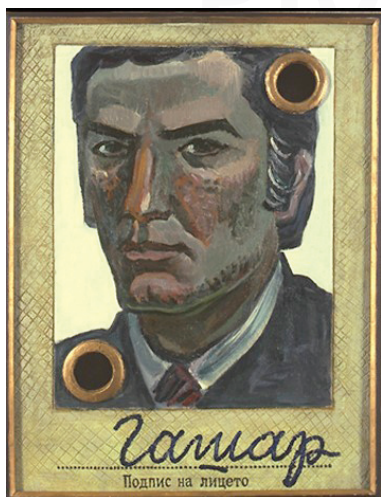


Тържествено посрещане на кита Голиат в София - 1965 г., 1980, ДХС - Габрово



Писар, 1973, ДХС - Габрово

Гашар и неговото БРУТО - НЕТО



Автопортрет с подпис на лицето, 1984, ДХС - Габрово

С ПОРЕДНАТА СИ ИЗЛОЖБА ХУДОЖНИКЪТ РУМЕН ГАШАРОВ НИ ПРОВОКИРА ДА СЕ ЗАМИСЛИМ КАКЪВ СВЯТ СЪЗДАВАМЕ И КАКВА СЛЕДА ОСТАВЯМЕ

▲ **Татяна Явашева**

Обичам простата хубост на обикновените неща - това е творческото мото на художника Румен Гашаров. Той обаче е автор, който умее да връхне такава сила на обикновените неща, че в картините си ги одухотворява и ги превръща в необикновени. Необикновен е и целият му 60-годишен творчески път, белязан от креативност и завидна продуктивност. Софийската градска галерия показва избрана част от картините му в експозиция до 12 февруари 2023 г. „Бруто - нето“ е името на изложбата, което художникът е дал на тази ретроспекция към невъзвратимото минало: „Навремето хамалите на Сточна гара разтоварваха чували, на

които беше шамповано БРУТО-НЕТО. Тези силни мъже се поздравяваха със „Здравей, амиго!“.

Гласът на картините

Изложбата на Румен Гашаров е поздрав към всички, които го знаят отдавна, и към тези, за които това е първата им среща с неговите картини. За 60 години работа с четката в своите 86-годишни Румен Гашаров създава значителен брой живописни платна, колажи, илюстрации и тяхното „бруто“ стъписва като количество и като размер на голяма част от платната, а „нето“-то на жанровото разнообразие и мощта на посланията смайват и направо смазват със своето откровение и находчивост. От всички-



Момиче и паун, 1980, ХГ – Стара Загора



Утро – Албена, 1972, ХГ – Добрич

те му картини се чува „Жив съм“, макар така да е озаглавил само една от тях. И всичко, до което се е докоснал и изобразил, остава като свидетелство за епохата, в която продължава да рисува.

Време и хора

Драматургията на променящата се среда и трансформиращия се начин на живот подклаждат неговото творчество. И онова, което той ни показва, мълчаливо ни подсказва, че не времето прави хората, а хората чертаят особеностите на времето. Меният се техните порядки и страсти, градският пейзаж безмилостно сменя своя облик, а дори разбирането и самият вкус към кича се мени, но дребнавото у човека остава. И когато го видим през погледа и през картините на Румен Гашиаров, то е като трън в петата, който убива, но превърнат с художествен факт, повече не може да го извадим. В творбите му ехти „озвучената самота на панела“ и усещаме как растящата дехуманизация ускорява своя ход. Той рисува всичко със сериозност и насмешка, която не оставя безразличен никой, който се е оказал лице в лице с неговата творба.

Живо(то)пис

И ето как се ражда една картина: „Преди време го кофите за смет Румен намира парче от пъстър чипровски килим, превърнато... в изптривалка. Той вижда хубостта, станала жертва на прагматизма, създава

картината „Момиче и паун“ и в нея му отрежда роля на икона“, разказва съпругата му Таяна. И наистина емоцията, която художникът влага, дава нов живот на вещите, намерили място в неговата живо(то)пис.

Новатор

Румен Гашиаров е автор, който владее многогласието на художествения изказ. Още с първите си работи той кривва от канона и виждаме как е въвел 3D-измерност, нататък във времето е показал по своеобразен начин какъв е масовият вкус, но това му е донесло етикета „художник на кича и борец срещу него“. Първ е вкарал в картините си популярните в ранните години на соца ковчорчета, после и други превърнаха това в център на артистичните си изяви. До днес избразява София и градската култура с нескрита насмешка, но и с тъгата на човек, който вижда всичко онова, което другите не забелязват. Румен Гашиаров е новатор и оригинал, който е невъзможно да бъде копиран или имитиран. „Някои мислят, че трябва да са новатори всеки ден. По-скоро трябва да изхождат от традицията и ако могат – да я развиват“, обяснява художникът. Ако могат... Той може. ☺



Жив съм, 1997, ДХС - Габрово

ЕПИР

тайното съкровище на Гърция

НО НЕКА СИ ОСТАНЕ
МЕЖДУ НАС И ДА НЕ
СЕ РАЗЧУВА МНОГО

✍ Цветозар Йолов

Понякога на човек му се иска да се чувства откривател и да знае нещо, което другите не знаят. Днес сте късметлии, щом четете този пътепис, защото, когато го завършите, ще сте посветени в една тайна – за място, което малцина посещават и може да споделите с приятели.

Докато другите доволно обсъждат поредния ръкав на Халкидики или плажовете на някой остров в Егейско море, вие

може доволно да се подсмийнете и да им разкажете например следната история:

„Гърция, приятели мои, не е само слънце, пясък, узо и сушени октоподи. Има, там някъде, близо до Албания, един район планински, непристъпен и суров, а в същото време толкова притежаем и някак разбираем. Нарича се Епир и открай време си живее в свой собствен ритъм. Това е може би, защото тази част на Гърция е и най-отдалечената от всякакви морета, и да си го кажем, там е мястото, където

човек отново може да се сети, че и тази страна, все пак, е част от Балканите, а не е измислена само от някой круизисен туроператор.

Ако сте решили да прекосите маршрута от Солун до Корфу, спрете някъде по средата, отделете си малко време, а и малко енергия – ще ви трябва, и ще си струва. Всъщност, за да сме по-точни, спрете се в град Янина, който е нещо като столицата на Епир. Дали е Янина, Йоанина, Янена, или просто Яна, и аз самият не можах съвсем да разбера, да си призная, но този град е чаровен отвсякъде. Разположил се е на брега на едно езеро, а срещу него плува островче.

До това островче се стига с лодка от града, и то, въпреки че е някак малко и скрито в тръстици, крие интересни истории и легенди. Сигурно знаете за Атон и Метеора, местата, където има най-много манастири на квадратен километър, но тук те са даже още по-нагъсто – има цели седем, още от византийско време.

През османското владичество също така островчето е известно и като общност на сребрари, сиреч хора, които

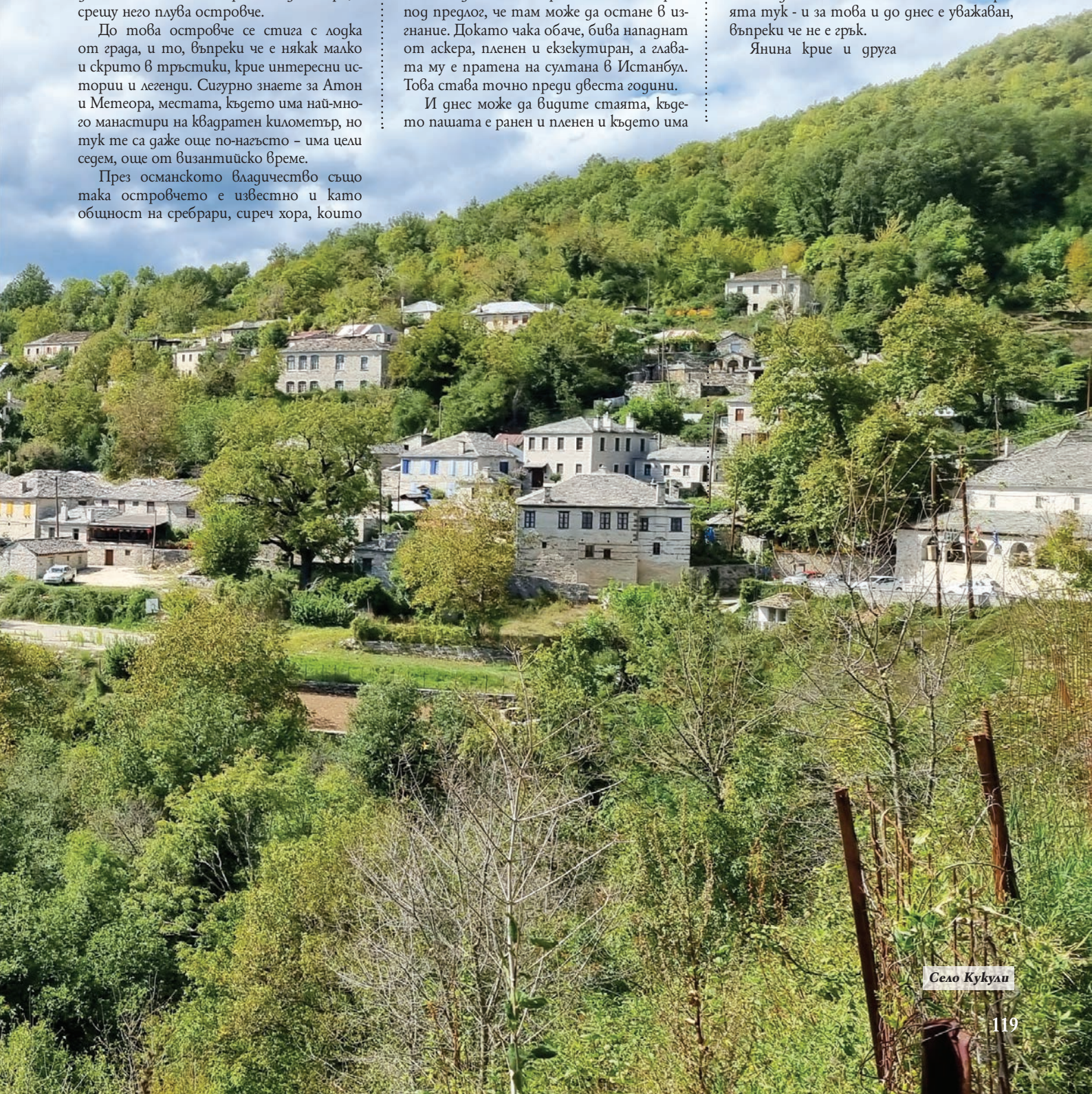
правят изделия от сребро. Преди двеста години там е екскутиран и Али паша, албански феодал, който е силно свързан с историята на града. В началото на XIX век той установява собствена, и на практика автономна от султана държава в този регион и превръща града в доста космополитно средище, където дори Великите сили от Запада отварят свои консулства. На падишаха това не му допада и в крайна сметка успява къде със сила, къде с коварство, принуждава Али паша да напусне своята крепост в Янина и да се установи с гръцката си съпруга Кира Василики в един манастир на малкия остров под предлог, че там може да остане в изгнание. Докато чака обаче, бива нападнат от аскера, пленен и екскутиран, а главата му е пратена на султана в Истанбул. Това става точно преди двеста години.

И днес може да видите стаята, където пашата е ранен и пленен и където има

гунки от куришуми на пода. Това музейче съдържа и интересни и легендарни предмети на феодала, като неговата златна пушка и дългия му чибук, с който е често изобразяван на портрети. Всъщност Али паша е бил толкова известен приживе, че дори е споменат в романа „Граф Монте Кристо“ на Александър Дюма.

В стария град на Янина (където най-вероятно няма да ви се наложи да се разминавате с тълпи от други туристи) можете да разгледате две джамии и части от Алинашовата крепост. Там ще намерите дори и гроба на владетеля, който първи е посял идеята за независимост от империята тук – и за това и до днес е уважаван, въпреки че не е грък.

Янина крие и друга



• ПЪТЕШЕСТВИЕ •



Мостът Плакидас

тайна. Тя се намира още малко по-нагоре, закътана в Пиндуските планини на север от града в един регион, който се казва Загори. И ако това ви звучи някак по нашенски, то почакайте да чуете имената на някои от селата там – Цепелово, Капесово... Но не, няма българска следа, но пък навярно много от тези топоними са останали още от времето на славянското нашествие на Балканите през Ранното средновековие. Всъщност Загори е по-известен като дома на власи и каракачани – все планински люде, занимавали се със скотовъдство.

Там, в труднодостъпните планини, се е

пръкнала идеята за автономия от султана доста преди сам да се е пръкнал дори Али паша. На местните хора не им допадало да плащат данъци и да са под чуждо владичество, а и се оказали доста корави, затова на османците им се видяло трудно да ги подчинят. И така, още през 1430 година селата в Загори се съгласили устно да бъдат васали на падишаха, но реално се ползвали с такива привилегии, които друг в империята не е имал. Например било е забранено на турци да минават през този район.

Тази автономия обаче не трябва да се разбира като някаква икономическа изолация. И постройките, останали от това

време, свидетелстват за добрия стандарт, който загоричани са поддържали. Всяко едно от селата (46 в целия регион), кацнали по стръмните склонове, е забележително със своите достопенни и импозантни каменни къщи и църкви.

Правейки преходи между някои от селата, останах с впечатление, че всяко едно си има и нещо специфично. В Дилофо например не са разрешени колите. В него се намира и най-високата къща в Загори. Историята гласи, че е построена от любяц съпруг за жена му, за да може тя да вижда съседното село Кукулц, кацнало на друг баур.



Мостът Лазаридис



Мостът Кокору



Проломът Викос



Манастирът, който е лобно място на Али паша

Особено популярно е село Кипи, защото в неговата околност преминават реки, които са направили живописни проломи. Там се е развихрило и желанието за показност на видните загоричански търговци, за които е било особено голяма чест да спонсорираат изграждането на много мостове. Тези каменни мостове са истински бижута, най-вече защото няма два, които да си приличат. Един от тях – Плакидас, е доста уникален, тъй като се състои от три гърбици и прекосяването му е някак забавно преживяване.

Още по-забавно, вълнуващо и предизвикателно обаче става, ако решите да идете по-нагоре до пролома Мезария, където по лицето на скалите ще видите да се вият каменни стълби като змия. Въздъхнете дълбоко и се пригответе да ги изкачите за доза автентичност. Стълбите ще ви отведат до село Врадето и са били единственият начин да се достигне до там чак до 1975 година! В днешно време може да се достигне и с автомобил по друг път, но някак не е същото, нали?

Зад Врадето се простира сравнително скучен пейзаж на върха на платото, но това не трябва да ви заблуждава. Направете си труда да прекосите пустошта по пътечка, която до последно изглежда като да не води за никъде. Но понякога в живота е така – най-красивото трябва да остане изненада. И точно когато сте се отчаяли, че си губите времето, ще се шумунете между едни дръвчета и ще излезете на един каменен балкон – и там пред вас ще се открие гледка, от която дръхът ви спира. Може би ще ви се завие и свят горци, защото пред вас се открива в цялата си прелест проломът Викос, вторият най-дълбок каньон в света, изглеждащ така, все едно принадлежи по-скоро в Арizona или в някой уестърн филм, отколкото на Балканите. А най-уникалното, но и странно нещо е, че има голяма вероятност да сте сами на този балкон и с този пейзаж, поне за няколко минути – и това е най-големият подарък. Но да си остане между нас. ❶



Златната пушка на Али паша и стаята, където е пленен



Гробът на Али паша

СПИСАНИЕ

ИКОНОМИКА

ИДВА ЛЕСНО ДО ВАС

И ПРЕЗ 2023 Г.



Абонирайте се в

ДОБИ ПРЕС

• e-mail: ABONAMENT@DOBIPRESS.BG

• тел. 02/963-30-81

ВСЕЛЕНА ОТ НОВИ ВЪЗМОЖНОСТИ



*С ПЪРВАТА В БЪЛГАРИЯ
МЕТАЛНА КРЕДИТНА КАРТА
MASTERCARD UNIVERSE*



Ексклузивно на www.postbank.bg



NAVIBULGAR[®]
SINCE 1892

