

# ФАНТАСТИЧНА БИЗНЕС СИТУАЦИЯ

ВАЛЕРИ НИКОЛОВ СЪЗДАВА „ФАНТАСТИКО“ ПРЕДИ 29 ГОДИНИ И ИЗГРАЖДА СЕМЕЙНА КОМПАНИЯ, КОЯТО ПРЕЗ ГОДИНИТЕ Е БИЛА ИНТЕРЕСНА И ЗА КУПУВАЧИ, И ЗА ИНВЕСТИТОРИ. ВЪПРЕКИ МНОГОБРОЙНИТЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ФИРМАТА ОСТАВА НЕГОВА. ИЗГРАДЕНА ПОСТЕПЕННО, ОСНОВНО В СОФИЯ И ВЪРХУ СОБСТВЕНА ЗЕМЯ, ТЯ ДНЕС УСПЕШНО ПРЕМИНАВА ПРЕЗ КРИЗАТА

ОТ ВЕСЕЛИН ДИМИТРОВ

ФОТОГРАФ КОСТАДИН КРЪСТЕВ-КОКО



## → За близо 29 години начело на една от най-големите семейни фирми в България Валери Николов – митичният основател и собственик на търговска верига „Фантастико“, най-вероятно има много истории, които може да сподели.

Той избира да сподели с Forbes някои от тях, а звоното, което ги свързва, е запазването на компанията в семейни ръце.

„Ние сме обединени, ние сме Манчестър Юнайтед – казва той. – Взимаме всички решения в семейството и с помощта на екипа. И едно такова решение е, че за нас е 100 процента важно фирмата да е в наши ръце.“

Николов очевидно изпитва гордост от факта, че устоява на всички атаки. Спомените за сделките, които той отказва, се редуват един след друг. Един от тях е от края на 90-те години: „Сега си в стария офис и секретарката ме вика, защото 16 души, представители на „Коч Холдинг“, са дошли да ме видят. Казаха ми: „Ние идваме, вие по-добре си събирайте нещата“. Аз им отговорих, че ще почакам малко“. Той има право – в началото на века Ramstore, част от холдинга, прекарва само 7 години на българския пазар, преди безславно да го напусне.

Десет години по-късно белгийската търговска верига Delhaize пък изпраща финансовия си директор с частен самолет, за да преговаря с Николов. „Той каза, че идва да ни купи, но ние решихме, че ще стоим докрай.“ През 2011 г. Delhaize купува веригата „Пикадили“, но напуска страната само три години по-късно. „Мина време и при мен дойде същият човек и този път искаше ние да купим бизнеса им – спомня си Валери Николов. – И това е самата истина.“

От 1991 г. насам Николов изгражда верига от днес 42 супермаркета с 3500 служители, основно в София. Той говори за „бавна експанзия“, която се случва със собствени, „вече изкарани средства“. Държи да притежава земята, върху която строи магазините, защото „не обичаме да плащаме наеми“, по собствениците му думи.

С течение на времето 69-годишният предприемач превръща хобитата си в сателитен на „Фантастико“ бизнес. Негови са залите Mega Xtreme Bowling, спорт, по който е запален. Негов е развлекателният център Joy Station в софийския Студентски град, където той дълги години свири заедно с рок групата си affect. Има

мол, фитнес център, ресторанти, кетъринг фирма, които са обединени в над 10 компании. „Бизнесът ни е разностранен и истински активен – казва Николов. – Динамичен е и е истински предизвикателен, защото е свързан с начина на живот на хората: пазаруване, спорт, хранене, забавление.“

Когато го питаме как оценява бизнеса на империята, която е изградил, той отговаря: „Имаме точна оценка за стойността на бизнеса, но заради твърде динамичната икономическа обстановка в целия свят не бих искал да бъда конкретен.“

Консолидираната печалба на компаниите за 2019 г. достига 28.3 млн. лв., по собствени данни. Това е с над 2 млн. лв. повече от 2018 г. и с над 5 млн. повече от 2017 г. COVID-19 и обявеното извънредно положение водят до намаляване на оборота за април 2020 г. с 10% спрямо същия месец през миналата година. Според Валери Николов „кризисната ситуация, която засяга всички бизнеси, ще засегне и нашите резултати за настоящата година“.

Не че изглежда притеснен. Той е седнал в офиса си, около бюрото му има рафтове с различни награди (включително тази от последното издание на Forbes Business Awards в категория „Компания на годината: търговия“). До дясната му ръка има калкулатор, встрани от бюрото – монитор. „Аз не ползвам компютри, този тук стои като паметник“, казва Николов.

### ПОСЛЕДОВАТЕЛЕН РАСТЕЖ

Според пазарните данни за 2018 г. „Фантастико“ е петата по големина верига за храни и напитки в България, но е и единствената в петицата, която не е под международна шапка. Компанията има и най-дълга история в България сред основните си конкуренти.

Идеята за „Фантастико“ се ражда още през 80-те години в Рио де Жанейро, където Валери Николов работи като търговско аташе на България. Спомня си как чака за среща в търговски център и влиза да разгледа огромен супермаркет с 48 каси. Впечатлява се от размера и решава, че това е нещо точно като за него.



След като се връща в България в края на 1991 г., Николов отваря първия си магазин на софийската улица „Оборище“, номер 72. (Апропо, супермаркетът работи и до днес.) „Магазинът беше само 114 кв. м, а ми се струваше огромен. Ипотекирах апартамента си, имах един син пикап, с който доставях стоката и работех от много рано сутрин до късно вечер“, казва Николов днес.

Още тогава обаче той вярва, че може да достигне бизнес мащаба на компанията от днес – „искахме да го направим и го направихме, никога не сме си мислили, че трябва да спрем, а и те не ми дават да спрем“. Под не основателят на „Фантастико“ има предвид семейството си, от една страна, но и служителите си, от друга.

Той дава за пример Светослав Гаврилов, който в началото на 2020 г. беше представен като главен изпълнителен директор на „Фантастико“. Той е в компанията от 22 години, започва работа като касиер.

Или сина си, Владимир – който вече е поел оперативните отговорности в компанията. „Всички стратегически идеи и инвестиционни цели се вземат от баща ми – казва Владимир Николов пред Forbes. – За да стигнем до решенията обаче, не дискутираме само двамата заедно, но и в много широк кръг“

В началото около Валери Николов обаче е основно семейството му – и амбицията му да се справи, независимо какво му поднася животът. Той твърди, че е очаквал кризите в началото на прехода – стагнация, инфлация, хиперинфлация. Неговият отговор към тях е решението, че е по-важно да има стока, отколкото пари.

След това в България започват да навлизат международните вериги. „Те също бяха предизвикателство за нас – казва Николов. – България е малък пазар, а имаме немалко международни играчи. Много от тях очакваха да фалираме, но ние не само сме още тук, а изпратихме, в момента се сецям, за пет големи и не толкова големи международни играчи.“

През годините стратегията на „Фантастико“ е била да открива последователно и постепенно по един-два магазина на година с целта да се превърне в голяма верига. „Добро решение по време на растежа беше концентрацията на софийския пазар, който е и най-големият – казва Николов. – Не се разфокусирахме, имахме възможност да следим и развиваме обектите си непрекъснато, а и възможностите на столицата непрекъснато растяха.“

Заедно с този потенциал и непрекъснато растящия стандарт в София, това е и градът с най-сериозна конкуренция в предлагането на храни и напитки. Това, по думите на основателя на „Фантастико“, прави клиентите претенциозни и очакващи разнообразие от предложения. Същевременно обаче, „ако си адекватен и добър в работата си, може да станеш голям“.

В разговора ни Валери Николов държи да уточни, че фокусът върху София е само временен и никога не може да каже докъде ще се разшири размахът на „Фантастико“. Така или иначе в последните години бяха отворени магазини от веригата в Кюстендил и Елин Пелин, а в момента се работи по мащабни проекти в Баня и Перник. Обхватът в София също се разширява. В началото на 2020 г. „Фантастико“ откри супермаркет в „Манастирски ливади“, а през миналата година компанията инвестира над 24 млн. лв. в нещо като мини търговски център в кв. „Драгалевци“.

Когато питаме Николов с какво смята, че „Фантастико“ се отличава от конкуренцията, той на ня-



„От „Коч Холдинг“ ми казаха: „Ние идваме, вие по-добре си събирайте нещата“. Аз им отговорих, че ще почакам малко.“

колко пъти подчертава свободата и гъвкавостта на решенията да се вземат в семейството. „Ние можем да създадем нещо локално и уникално, защото не се подчиняваме на типове модели, които трябва да „работят“ в няколко държави и, разбира се, тази многофункционалност няма как да бъде еднакво ефективна на всички пазари.“

Той продължава, че във „Фантастико“ решават сами за „експанзията си, формата на супермаркета, асортимента, услугите, които предлагаме. Нямаме брандове, които сме задължени да продаваме независимо от резултата. С всеки свой нов обект награждаме и развиваме концепцията. Ако видим, че някоя промяна е успешна, се опитваме да я внедрим и в по-старите си обекти, ако това е възможно. Решенията, инвестициите и стъпките са си наши.“

Това от своя страна предизвиква екипа на компанията да става все по-всеобхватен в знанията си – защото, както казва Николов, „някои грешки може да струват скъпо, а ние нямаме централа, която да ги поеме“. За него липсата на силен гръб не е негатив, а предизвикателство, което да прави екипа му по-добър. Това развитие и гъвкавостта при взимането на решенията се отразяват и на отношенията на семейната компания с нейните клиенти. Валери Николов смята, че „Фантастико“ се съобразява успешно с „нуждите, навиците, желанията и поведението на българския потребител“. „Ние слушаме и се съобразяваме с нашите клиенти, а не им налагаме концепции и стратегии, които смятаме, че ще са им полезни“, казва той.

В тази връзка обаче остава въпросът за отношенията между „Фантастико“ и eBag, онлайн магазина за хранителни стоки и продукти за дома, който в последните два месеца драстично увеличи обемите си. Фактите са, че двете компании започват бизнес заедно през 2015 г. – търговската верига осигурява продуктите и пакетирането, а екипът на eBag – онлайн платформата, доставката, маркетинга и клиентското обслужване.

Две години по-късно обаче пътищата се разделят. „С eBag имахме много добро партньорство и до днес сме в добри отношения – казва Валери Ни-



колов. – В един момент те имаха нужда от такъв обем доставки, който затрудняваше нашата работа, и трябваше да вземем стратегическо решение дали да продължим. Преценихме, че е по-добре да не се разфокусираме от нашата основна дейност.“

Оттогава до днес eBag успя да запълни малката ниша за онлайн магазини за храни и напитки, но извънредното положение през пролетта на 2020 г. рязко увеличи търсенето на услугата. От „Фантастико“ намериха начин да реагират в партньорство с платформата за доставка на храна foodpanda. Концепцията е опростена, защото се предлага ограничен асортимент от най-необходимите продукти. Доставка е в рамките на 30 минути и е ограничена само до София. Валери Николов казва, че това е резултат от разговори преди кризата. Той отказва да отговори на въпрос дали компанията му планира по-сериозни стъпки в онлайн пространството.



## ЕКСПАНЗИЯТА ПРОДЪЛЖАВА

Това, което е ясно, обаче е, че кризата, причинена от COVID-19, за момента няма да се отрази на средносрочните планове за експанзията на „Фантастико“. В началото на юни 2020 г. веригата ще отвори своя супермаркет в Банкя, този в Перник също се случва по план.

В същото време се работи и по пълното обновяване на SkyCity Mall в софийския квартал „Слатина“, който също е собственост на Валери Николов. През февруари 2020 г. пожар увреди част от фасадата му и голяма част от стоките на наемателите в него. Въпреки това търговският център отвори врати само няколко дни по-късно. Принудителното му затваряне обаче явно е форсирало неговото реновиране. „Клиентите ни ще го открият скоро в нова светлина“, казва Николов.

Собственикът на „Фантастико“ не дава конкретна прогноза за ефекта на пандемията върху икономиката като цяло. Той обвързва възстановяването с връщането на националната и глобалната икономика към живот. „Аз лично съм преминал през не една или две кризи, вярно – не бяха предизвикани от пандемия, но немалко бизнеси пострадаха от тях – казва Николов. – Този вирус парализира света по недвиждан досега начин и според мен идва глобална криза, силата на която зависи от това как и кога всяка една икономика ще започне да се връща и се върне към нормалния си ритъм, какви мерки ще вземат държавите, как ще подкрепят производството и бизнеса, по какъв начин ще си сътрудничат, така че предстои да видим.“

Със сигурност обаче той не одобрява мерките, които правителството наложи, за да задължи търговските вериги да предлагат местна продукция. Николов уточнява, че във „Фантастико“ винаги е имало български хранителни стоки от големи компании, но и от по-малки регионални производители. „Осъзнаваме много добре нашата отговорност да предоставяме качествени храни на достъпни цени и да подкрепим част от българските производители, които са изправени пред риск да извърлят продукцията си заради ограничените възможности за реализация“, казва той. Но той не вярва, че проблемите на българските производители ще се решат с постановления, осигуряващи им пазар. По-скоро, според него, е необходимо да им се помогне да станат конкурентни и успешно да работят при пазарни условия.

Казва, че „Фантастико“ ще продължи и социалните си кампании, насочени към уязвими групи в обществото. Компанията дарява топъл обяд всеки ден

за социално слаби хора в София. Включват се и още фирми и така е осигурена храна за 330 души дневно. През годините, и с помощта на клиентите, са събрани над 700 хил. лв. за каузите на SOS Детски селища България, „Оле Мале“ и I CAN TOO. Също от години „Фантастико“ подкрепя и майсторските класове на Райна Кабауванска и според Николов ще продължи да го прави, защото България има нужда от млади изявени личности, каквито са стипендиантите от нейната програма.

Подкрепата за музиката не е учудваща – тази страст на Николов е пословична. „Създадох Joy Station, защото ми се иска младите хора да слушат повече рок и да го усетят“, казва той. Друго свое хоби – боулинга, той също превръща в бизнес. Последният член на портфолиото на семейния бизнес – фитнес център Fast and Fit, също е негов идея.

Оперативно Валери Николов разчита на мениджърски екип, който е с него от много години. За тези служители той казва, че знаят какво правят, а той – какво да очаква. Николов все по-малко се намесва в работата им и очаква те да се справят сами с текущите задачи, а ако се наложи да потърсят неговия съвет или помощ, това да е, след като са направили всичко, което могат.

Въпреки че той подчертава, че се допитва до мнението на най-близките си в семейството и екипа, последната дума и решение е лично негово. „Все още инвестиционните решения са мои“, казва Валери Николов.

## THE SHOW MUST GO ON

Това „все още“ по никакъв начин не дава конкретен хоризонт за плановете на Валери Николов. Той обаче показва на Forbes как и в момента се отдава на любимото си хоби, без това да нарушава работния му ритъм.

На въпроса ни дали мисли за нови бизнес посоки, той отговаря с намигване: „Ако е необходимо“. После сменя темата: „А искате ли да ви покажа детайлите в един от бизнесите?“. Искаме, разбира се.

Николов, на чиято визитка винаги е пишело просто „Бакалин“, поема през големия си кабинет и влиза в съседна врата. Заг нея има дори още по-голямо като размер и напълно оборудвано репетиционно студио. Четирима музиканти чакат, подават китара на Николов и започват миниконцерт. Той започва с Nowhere Man на Beatles, минава през Sympathy For The Devil на The Rolling Stones и завършва с The Show Must Go On на Queen. Тези песни несъмнено също носят своята история. 🎸