

Търговският директор на Ел Би: Международният интерес към продуктите ни расте

24.8.2026 - | Ел Би Булгарикум“ ЕАД

Расте интересът на международни партньори към продуктите на „Ел Би Булгарикум“.

Интересът на международните партньори към продуктите на „Ел Би Булгарикум“ расте през последните месеци. Интересът вече не идва само от пазари, които традиционно познават българските млечни продукти, но и от компании в Бразилия, Естония и др.

Това каза търговският директор на „Ел Би Булгарикум“ Атанас Мишев в интервю за вестник „Стандарт“. В него той говори за търговската стратегия на компанията *за развитието на нови пазари, както и за разширяването на търговската ѝ мрежа.*

„Нашата основна цел е продуктите на „Ел Би Булгарикум“ да бъдат лесно достъпни за потребителите, независимо къде живеят и къде предпочитат да пазаруват“, коментира Мишев. Пред изданието той разказва за това, че компанията се стреми да развива паралелно всички канали за продажба – от партньорство с големите вериги до сътрудничество с малкия и семеен бизнес и развитие на фирмените магазини на дружеството.

Прочетете цялото интервю с Атанас Мишев:

Г-н Мишев, „Ел Би Булгарикум“ показва нарастваща активност на пазара. Каква е търговската стратегия на компанията за българския и международните пазари?

Разрастването на търговската мрежа на „Ел Би Булгарикум“ не е резултат от едно конкретно решение или от една рекламна кампания, а от последователна работа през последните години. Още когато започнахме да планираме търговската си стратегия, си поставихме ясна цел – да достигнем до повече потребители, като същевременно запазим високите стандарти, с които компанията е позната. Това означаваше да развиваме едновременно няколко направления – да разширяваме дистрибуцията в България, да обновяваме продуктовото си портфолио и да бъдем активни в търсенето на нови партньори извън страната

И резултатите показват, че вървим в правилната посока. През първото тримесечие на тази година дружеството отчете близо 40% ръст на оборота спрямо същия период на 2024 г. Това не е еднократен успех, а потвърждение, че последователната работа дава резултат. Още повече, че този процес е тенденция, тъй като нарастването на оборота е регистрирано и през 2025 година. Зад този ръст стоят няколко важни фактора – политиката ни да работим с висококачествено българско сурово мляко, разширяването на търговската мрежа, развитието на партньорствата ни и доверието на потребителите към марката.

Разбира се, приемаме тези резултати с удовлетворение, но и с чувство за отговорност. Пазарът на млечни продукти е силно конкурентен и всяко постигнато доверие трябва да бъде защитавано всеки ден. Именно затова продължаваме да инвестираме в развитието на компанията и да търсим нови възможности както в България, така и извън страната.

Всички търговци казват, че клиентите са най-важни. Какво прави „Ел Би

Булгарикум“, за да им покаже, че наистина са важни за компанията?

Нашата основна цел е продуктите на „Ел Би Булгарикум“ да бъдат лесно достъпни за потребителите, независимо къде живеят и къде предпочитат да пазаруват. Затова развиваме всички канали за продажба паралелно. Продължаваме да работим успешно с големите търговски вериги, като вече имаме сключени договори с всички тях. Постигнахме и поддържаме тези партньорства именно в интерес на клиентите, защото чрез тях достигахме до широк пазар във всички точки на страната, където нямаме собствена магазинна мрежа. За нас добрата търговска политика означава не просто по-голямо присъствие на пазара, а по-лесен достъп на хората до качествени български млечни продукти.

В същото време отделяме специално внимание и на малките квартални магазини, които остават важна част от ежедневно пазаруване на много българи. Наскоро подписахме споразумение с „КварталМаг“ и продуктите ни вече се продават в малки семейни магазини в почти всички квартали на София, както и във Вакарел и в Ботевград. Така, освен че спазваме ангажимента си към клиентите за достъпност на разумни цени, подкрепяме и малкия и семеен бизнес.

Особено значение има и развитието на фирмените ни магазини. Те ни дават възможност не само да предложим пълната гама от продукти, но и да поддържаме директен контакт с потребителите. За нас тази обратна връзка е безценна. Именно там най-добре разбираме какво очакват хората, кои продукти предпочитат и какви са новите тенденции в потреблението. Затова инвестираме и в развитието на магазинната ни мрежа. В началото на май отвори врати най-новият ни обект – в самия център на София, на емблематичната и оживена улица „Ген. Йосиф В. Гурко“ 10. Освен че е по-голям, този магазин е и в нов модерен облик, какъвто смятаме да пренесем и в останалите ни обекти в столицата и този във Видин.

Паралелно с всичко това реализираме различни съвместни инициативи с нашите търговски партньори. Те не са само средство за популяризиране на продуктите, а възможност да достигнем по-близо до потребителите и да им дадем възможност сами да се убедят в качеството им. Националната кампания „Опитай българския вкус“, както и сезонните инициативи, които организирахме с търговските вериги и във фирмените ни магазини, са примери именно за този подход.

Все повече чуждестранни компании проявяват интерес към партньорство с „Ел Би Булгарикум“. На какво според Вас се дължи тази тенденция?

Това е една от най-приятните тенденции, които наблюдаваме през последните месеци. Интересът към „Ел Би Булгарикум“ вече не идва само от пазари, които традиционно познават българските млечни продукти. Проведохме срещи с представители на компании от Бразилия, Естония и други държави, които проявяват интерес към различни форми на сътрудничество. Всички те проучват възможността да произвеждат на различни континенти млечни продукти с българските закваски на „Ел Би Булгарикум“, което за нас и за българската бактерия е успех и голяма радост.

Според мен това е признание за авторитета, който компанията е изградила през годините. Международните партньори търсят сигурност, предвидимост и качество. Те искат да работят с производители, които имат ясна визия за развитието си и могат да предложат устойчиво партньорство.

Разбира се, подобни отношения не се изграждат за един ден. След първоначалния интерес следват разговори, анализи и обсъждане на конкретните възможности за сътрудничество. Това

е естествен процес и ние подхождаме към него с необходимото внимание. За нас е важно не просто да разширяваме географското си присъствие, а да изграждаме дългосрочни партньорства, които да бъдат успешни и за двете страни.

Сред най-устойчивите международни партньорства на „Ел Би Булгарикум“ е това с японската компания Мејѝ. Как се развива това сътрудничество?

Партньорството ни с Мејѝ е пример именно за това, че успешните бизнес отношения се изграждат с постоянство, с високо качество на продуктите и на работата и с голямо взаимно доверие. Това сътрудничество се развива вече десетилетия и за нас е особено ценно, защото показва как една българска компания може да бъде дългосрочен и надежден партньор на една от водещите компании в Япония.

През последните години надграждаме това сътрудничество и търсим нови възможности за развитие. Радвам се, че тази година Мејѝ пусна на японския пазар нов продукт с български закваски, насочен предимно към младежката аудитория в страната. Това е естествено продължение на добрите отношения между двете компании и за нас не е еднократен проект, а доказателство, че когато има доверие и обща визия, партньорството може да се развива и да носи ползи и за двете страни.

В международния бизнес подобни отношения са особено ценни. Щастливи сме, че това сътрудничество продължава и се развива.

Потребителите днес са все по-взискателни - интересуват се от произхода на храните, състава и качеството им. Как това влияе върху търговската политика на „Ел Би Булгарикум“?

Безспорно потребителят днес е много по-информиран. Хората четат етикетите, сравняват продуктите и все по-често избират не само според цената, а и според качеството, произхода и доверието към производителя. Това е положителна тенденция, защото стимулира компаниите да бъдат още по-отговорни.

За нас това означава непрекъснато да бъдем близо до пазара и да следим как се променят потребителските нагласи. Обратната връзка, която получаваме от нашите търговски партньори, от фирмените магазини и от самите клиенти, е изключително важна. Тя ни помага да развиваме продуктовото си портфолио така, че да отговаря на очакванията на съвременния потребител.

Разбира се, има неща, които не се променят. За „Ел Би Булгарикум“ качеството винаги е било основен приоритет. Вярвам, че именно то стои в основата на лоялността към марката. Когато хората са сигурни какво получават, те се връщат отново към същия продукт. За нас това е най-важната оценка.

<https://lbbulgaricum.bg/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B8/%D1%82%D1%8A%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B8%D1%8F%D1%82-%D0%B4%D0%B8%D1%80%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80-%D0%BD%D0%B0-%D0%B5%D0%BB-%D0%B1%D0%B8-%D0%BC%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%83%D0%BD%D0%B0>