

VIVACOM

ГОДИШЕН 20
ДОКЛАД 20

1	Нашата компания	6
1.1	Кои сме ние	8
1.2	Мисия, визия и ценности	10
1.3	Нашата организационна структура	11
1.4	Цели и постижения 2020	14
1.5	Цели 2021	16
2	Представяне	18
2.2	Ефективни	20
	Ефективни - акценти	
2.2.1	Финансови резултати	22
2.2.2	Мрежа и покритие	24
2.2.3	Продукти и услуги	26
2.3	Вдъхновени	28
	Вдъхновени - акценти	
2.3.1	Служители	30
2.3.2	Провеждане на Лятна стажанстка програма и Техническа академия в условия на пандемия	32
2.3.3	Конкурс за младежи с УНИЦЕФ и АЕЖ	34
2.3.4	Изложба Филип Колберт	36
2.4	Иновативни	38
	Иновативни - акценти	
2.4.1	Телемедицина - партньорство с Националната пациентска организация за дистанционно консултиране	40

2.4.2	Дарение на смарт 5G робот на болница Света Ана	41
2.4.3	Продажба на термокамери	42
2.4.4	Нова услуга във VIVA Fleet	43
2.5	Честни	44
	Честни - акценти	
2.5.1	Регулация и управление на лични данни	46
2.5.2	Парстньорство с Държавната агенция за закрила на детето	47
2.6	Динамични	48
	Динамични - акценти	
2.6.1	Бърза промяна на работната среда и мерки за сигурност за служителите	50
2.6.2	Пазар - позициониране на VIVACOM	52
2.7	Отговорни	54
	Отговорни - акценти	
2.7.1	Кампания - Оставам въщи с всички безплатни услуги, които предоставихме на клиентите	56
2.7.2	Дарения в полза на здравеопазването и образованието	58
2.7.3	Интернет и дигитални устройства за училищата	59
3	Приложения	60
3.1	Ключови показатели за изпълнение	62
3.2	Членства	64
3.3	Сертифициране и стандарти	65
3.4	Речник на термините и дефинициите	60



Атанас Добрев: В тази трудна година телекомите отново доказаха своята стратегическа роля за икономиката и обществото

Уважаеми читатели,

Пред вас стои Годишният доклад на Vivacom за 2020 година. Безспорно, това беше една трудна и изпълнена със сериозни предизвикателства година. Тя беше белязана изцяло от кризата с пандемията от COVID-19. Въведеното в България извънредно положение през месец март и последвалите периоди на извънредна епидемиологична обстановка поставиха цялата страна в нетипична ситуация на ограничени социални контакти и работа и обучение от дистанция. Това наруши ежедневието ни ритъм и промени начина ни на живот. Едва ли има сфера на общественно-икономическия живот и бизнес, които да останаха незасегнати.

В тези форсмажорни обстоятелства осъзнахме колко важен е достъпът и наличността на върхови технологии. Технологии, които приемахме основно за забавление, станаха наша опора в тези трудни времена. Кризата ни принуди да преминем ускорено към почти изцяло дигитални методи за работа, обучение, пазаруване и комуникация. Благодарение на технологиите останахме свързани с близки и приятели и продължихме да общуваме, макар и дистанционно. В този труден момент телекомите отново доказаха своята стратегическа роля за икономиката и обществото.

С гордост мога да кажа, че мрежите на Vivacom издържаха на нарасналия в пъти трафик – както при гласовите, така и при интернет услугите. Потреблението на моменти достигаше безпрецедентен месечен ръст от 50%, но мрежите ни работеха безпроблемно. Това се дължи на дългогодишната стратегия на компанията

да инвестира значителна част от приходите си обратно в развитието на технологичната инфраструктура, както и на всеотдайния труд на нашите служители.

Като отговорна компания към своите служители, клиенти, партньори и цялото общество, Vivacom се включи активно в борбата за превенция и ограничаване разпространението на COVID-19. На първо място въведохме всички необходими предпазни мерки, за да защитим служителите си. Само за денонощие компанията мина почти изцяло в режим на дистанционна работа за функциите, които го позволяват. Това се случи благодарение на много добра вътрешна организация, синхронизиране на екипите и техническо и системно обезпечаване, за да продължим да обслужваме клиентите си при най-високи стандарти на работа. Във всички сгради, офиси и магазини на компанията бяха въведени стриктни указания за работа спрямо актуалната обстановка, с цел да опазим максимално здравето на клиенти, служители и партньори.

Нашата мисия и социално-отговорна стратегия винаги е била да помагаме на обществото в сферите, в които има най-голяма нужда. С оглед влошената здравна ситуация в страната ние, заедно с United Group, взехме решение да направим дарение в размер на 900 000 лева на Министерство на здравеопазването за подпомагане на нуждаещите се лечебни заведения. Впоследствие организирахме инициатива, с която дарихме сумата от първите месечни такси за всички нови активирани абонamenti услуги през месец април. Така

осигурихме апаратура и финансови средства в общ размер на 300 000 лв. на три болници в България. Реализирахме и съвместна кампания с Националната пациентска организация за създаване на информационна телефонна линия за COVID-19, която беше безплатна за обаждачите се граждани.

През годината подпомогнахме и сферата на образованието, която е традиционен фокус в социално-отговорната ни политика. Дарихме таблети на Министерство на образованието и осигурихме достъп до интернет на редица населени места, за да подпомогнем процеса на дигитално образование.

Вярвам, че в тази трудна година успяхме да помогнем и на клиентите си – да останат свързани със своите близки и приятели, със своята работа, дори да намерят време за развлечения у дома в създадената сложна обстановка. Стартирахме кампания #Оставамвкъщи, в която им осигурихме редица допълнителни безплатни услуги за най-ограничителния период на въведеното извънредно положение. Предоставихме допълнителни мегабайти за мобилен интернет, отключихме разнообразно телевизионно съдържание за всички абонати, независимо какъв пакет използват, увеличихме скоростите в оптичната мрежа, добавихме 300 безплатни минути в социалните ни фиксирани планове за гласови услуги. С тази инициатива призовавахме хората да бъдат отговорни към себе си и близките си и да останат у дома, без излишни контакти и опасност да заразят себе си или околните. Опитвахме се максимално да облекчим ежедневието им с тези допълнителни възможности да останат във връзка с околния свят и да преминат по-лесно през периода на социална изолация.

Въпреки всички предизвикателства и затруднения, които пандемията предизвика през 2020 г., Vivacom успя да постигне редица успехи – както технологични, така и в развитието си като компания. Не само не въведохме ограничения в използването на нашите мрежи, но и спечелихме

наградата за най-бърза мобилна мрежа в Европа за първата половина на годината според независимата организация Ookla¹. И затвърдихме отличието през втората половина. Стартирахме първата търговска 5G мрежа в България, както и най-голямата 10-гигабитова оптична мрежа. Направихме подобрения във водещите си услуги – нов интерфейс за интерактивната и сателитната телевизия; обновени мобилни планове с възможности за повече съдържание; стартираме дългоочаквано партньорство с Apple и започнахме да предлагаме продуктите им.

През 2020 г. станахме оператор номер 1 по общи приходи за осма поредна година. Наред с това запазихме лидерската си позиция като доставчик на интерактивна телевизия и на широколентов достъп до интернет.

Усилената ни работа през последните години и постигнатите резултати доведоха до голямата стъпка в израстването на компанията. От 2020 г. Vivacom е част от водещия телеком и медиен оператор в Югоизточна Европа – United group. За компанията ни това е огромна възможност да надгради отличните си резултати и успехи до момента, като обменя опит с експерти в групата, работеща вече на осем пазара. Вярвам, че и нашите знания и умения ще са полезни за тях и заедно ще допринесем за издигането на телеком услугите в целия регион на съвсем ново, още по-добро ниво.

Повече детайли за развитието, предизвикателствата и постиженията на Vivacom през 2020 г. може да прочетете на следващите страници.

Атанас Добрев,
Главен изпълнителен директор

¹ Според анализ на Ookla®, основан на данните от Speedtest Intelligence® тестове за първите шест месеца на 2020 г. Търговските марки на Ookla® се използват с разрешение. Повече информация за мобилната мрежа на Vivacom на www.vivacom.bg.

² Според анализ на Ookla®, основан на данните от Speedtest Intelligence® тестове за вторите шест месеца на 2020 г. Търговските марки на Ookla® се използват с разрешение. Повече информация за мобилната мрежа на Vivacom на www.vivacom.bg.

1. НАШАТА КОМПАНИЯ

1. НАШАТА КОМПАНИЯ

1.1 Кой сме ние

Vivacom е една от водещите технологични компании в България, предлагаща пълно портфолио от телекомуникационни услуги за нуждите на частни и бизнес клиенти – мобилна телефония и високо-скоростен интернет, фиксиран широколентов интернет, фиксирана телефония, интерактивна и сателитна телевизия.

През 2020 г. компанията за пореден път защити своята лидерска позиция не само в България, но и на международно ниво. Мобилната ни мрежа се доказва като най-бързата в цяла Европа, отбелязвайки най-висок Speed Score™, базиран на строгите анализи на Ookla® на инициирани от потребители тестове, направени със Speedtest®. Vivacom получи отличието за първите шест месеца на 2020 г., след което затвърди успеха си и за второто полугодие.

През същата година пуснахме първата у нас търговска 5G мрежа в централните части на всички 27 областни града чрез технологията за динамично споделяне на спектъра (DSS), при която трафикът се разпределя между 4G и 5G спрямо потреблението към момента. С внедряването на този метод компанията се нарежда до водещи телеком оператори като Swisscom, Play, Vodafone, Verizon и AT&T, използващи такъв модел.

Във фиксираните мрежи също са отбелязали сериозен успех със стартирането на 10-гигабитова оптична мрежа, в която се предлага оптичен интернет със скорост до 10Gbps.

Vivacom има дългогодишни традиции и в предоставянето на телеком услуги, разработени специално за нуждите на своите корпоративни клиенти. През последните години компанията развива и успешно имплементира редица умни решения както за нуждите на бизнеса, така и за общините и структурите на държавната администрация.

Освен стандартните телеком услуги, Vivacom оперира собствена сателитна станция – „Плана“, чрез която предоставя телевизионни, радио и пренос на данни (VSAT) услуги на територията на Европа, Африка, Латинска Америка и Азия. Близко 35 милиона домакинства в Африка получават сигнала на едни от най-гледаните програми през наземната станция. Тя осигурява интернет връзка и на едно от

най-труднодостъпните места в света – Антарктида. Освен на Южния полюс, „Плана“ предоставя сателитна свързаност и на кораби в Черно, Червено, Северно и Средиземно море, а също и пренос на данни на корпоративни клиенти в Латинска Америка. През 2020 г. телепортът класира Vivacom на 5-то място в света по ръст на приходи от сателитни услуги за бизнес клиенти. Класацията се прави ежегодно от Световната телепорт асоциация и отличава 10-те най-бързо развиващи се оператори по този показател.

През изминалата година компанията навлезе решително и на пазара на финтех услуги, лансирайки своя дигитален портфейл Pay by Vivacom. Той дава възможност за безконтактни плащания, трансфер на средства, онлайн и офлайн пазаруване, следене на всички транзакции и дигитализиране на карти за лоялност към търговски обекти. Иновативният продукт продължава да се развива и да предлага все по-разнообразни и полезни функции на своите ползватели.

2020 година е осмата поред, в която Vivacom заема първо място по общи приходи на българския телеком пазар. Освен че затвърди лидерската си позиция у нас, компанията направи голяма крачка в развитието си към телеком на международно ниво. В средата на годината Vivacom стана част от водещия телекомуникационен и медия оператор в Югоизточна Европа – United Group, базиран в Нидерландия. Благодарение на значителни инвестиции в дигитална инфраструктура, съдържание и собствени технологии, компанията осигурява премиум услуги на клиенти в целия регион. През последните 20 години United Group успешно придобива над 100 бизнеса, като постоянно инвестира значителни средства в инфраструктура, технологии и развитие на медии. Към края на 2020 г. тя има над 10 милиона потребители и повече от 11 хиляди служители и продължава да се разраства.

Безспорно, за много бизнес сфери, както и за обществото като цяло, годината премина под знака на борба с разпространението на епидемията от COVID-19 и на справяне с тежките икономически и социални последици. В условията на масово преминаване към дистанционен режим на работа и обучение и все повече ежедневни дейности,

пренесени в онлайн среда с помощта на технологиите, телекомите се оказаха с ключова роля за функционирането на икономиката и живота на хората. Въпреки отчетения безпрецедентен ръст в трафика на мобилни и фиксирани услуги, мрежите на Vivacom продължиха да работят без сериозни затруднения. В пиковите моменти беше

отбелязано увеличение до 50% при някои услуги спрямо същия период на 2019 г. Тази тенденция за по-високо натоварване на трафика продължи през цялата година, като компанията продължи успешно да предоставя своите услуги и да обезпечи нуждата на клиентите си от комуникации и връзка със света.

Ние постигнахме:



217 собствени търговски обекта



40 алтернативни точки на продажба



5 038 служители



1 022,8 млн. лв. нетни приходи



Пазар: телеком услуги – България; услуги за сателитен пренос на данни – Европа, Азия, Африка, Латинска Америка

¹Според анализ на Ookla®, основан на данните от Speedtest Intelligence® тестове за първите шест месеца на 2020 г. Търговските марки на Ookla® се използват с разрешение. Повече информация за мобилната мрежа на Vivacom на www.vivacom.bg.

²Speed Score™ включва измерване на скоростта на изтегляне (download) и качване (upload) на всеки доставчик, за да оцени достигнатите скорости в мрежата.

³Според анализ на Ookla®, основан на данните от Speedtest Intelligence® тестове за вторите шест месеца на 2020 г. Търговските марки на Ookla® се използват с разрешение. Повече информация за мобилната мрежа на Vivacom на www.vivacom.bg.

⁴Оптична свързаност е скорост на физическо ниво между абоната и мрежата. За достигане на максималната възможна скорост от 10 Gbps, крайното клиентско оборудване трябва да покрива нужните технически изисквания на услугата. Услугата се предоставя само при наличие на техническа възможност. Максималните достижими скорости са гарантирани на 80%.

Повече информация на www.vivacom.bg.

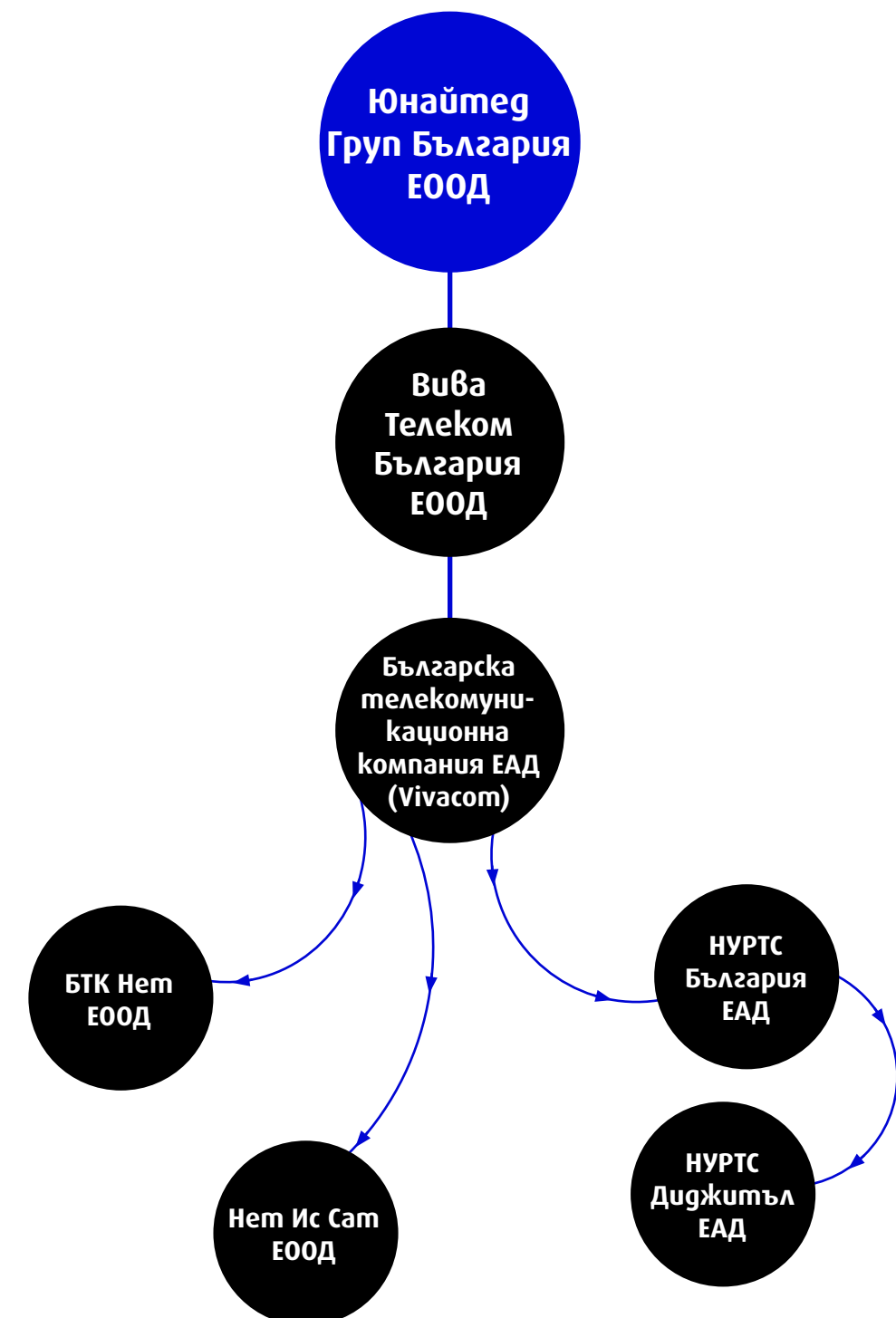
Адрес на Централно управление на „БТК“ ЕАД: гр. София, бул. „Цариградско шосе“ 115 И

1. НАШАТА КОМПАНИЯ

1.2 Мисия, визия и ценности

- МИСИЯ** Нашата мисия е да осигурим на клиентите си качествени телекомуникационни услуги и най-доброто обслужване. На фокус е клиентът!
- ВИЗИЯ** Нашата визия е да бъдем предпочитаният доставчик на телекомуникационни услуги в България. Постигаме високи резултати днес и взимаме точни решения за бъдещето.
- ЦЕН-НОСТИ** На следващите страници ще намерите най-важните дейности, проекти и инициативи на Vivascom през 2020 г., представени в духа на шестте ни корпоративни ценности. Те са основополагащи принципи, които следваме в работата си и които отразяват стратегията ни за дългосрочно и устойчиво присъствие на българския пазар:

1.3 Организационна структура и структура на собствеността 2020



ЕФЕКТИВНИ ВДЪХНОВЕНИ ИНОВАТИВНИ
ЧЕСТНИ ДИНАМИЧНИ ОТГОВОРНИ

1. НАШАТА КОМПАНИЯ

VIVACOM

ГОДИШЕН
ДОКЛАД 2020



1.5 Цели и постижения 2020

Да ●
Частично ◐
Не ○

ЕФЕКТИВНИ И ИНОВАТИВНИ

Резултат

Разширяване на оптичната мрежа с 50 000 нови домакинства	●
Разширяване на FTTc покритието с 30 000 нови домакинства	●
Разширяване на 4.5G покритието на мобилната мрежа повишаване на капацитета и максимално постижимите скорости, подготовка за внедряване на 5G технология	●
Внедряване на ново поколение високоефективен кодек (HEVC) при интерактивната телевизия (IPTV)	●
Предлагане на 4K съдържание при интерактивната (IPTV) телевизия и стартиране на услуга „IPTV мобилност“	●
Стартиране предлагането на финансови услуги и мобилни разплащания	●
10% намаление на индикатора за енергийна ефективност в мрежата, измерен като съотношение между потребена енергия за мобилната и фиксираната мрежа в мВч и крайния клиентски трафик в терабайти)	●

ВДЪХНОВЕНИ И ДИНАМИЧНИ

Нови функционалности за интерактивна телевизия и мобилен мултимедийен портал	●
Нови функционалности и подобрения в My VIVACOM портала и електронния магазин на VIVACOM	●
Разширяване на портфолиото от продукти и услуги за малък и среден бизнес	●
Ревизиране на основни клиентски процеси на база създадените „клиентски пътешествия“	◐*
Финализиране на активността за измерване клиентското изживяване на нашите потребители в различни точки на контакт	◐

Разширяване на каналите за обслужване на клиенти – по имейл, чрез чат и видеообаждаване.

През 2020 се въвежда имейл като канал за обслужване на клиенти. Останалите канали ще бъдат реализирани през 2021.

◐*

Внедряване на минимум 3 промени в процеси, чрез които да се оптимизират ресурсите (време, хартиени документи, разходи

◐*

ЧЕСТНИ И ОТГОВОРНИ

Въвеждане на нови процеси през различните съществуващи канали на обслужване за компенсиране на клиентите при оплакване

●

Пускане в действие на новата платформа за обслужване на клиенти и експлоатация на всички нови функционалности

●

Провеждане на вътрешно проучване на ангажираността на служителите

Да, проведохме пилотно проучване с промяна на въпросника и методологията

●

Стартиране на минимум 2 нови придобивки за служители или надграждане на съществуващите

●

Въвеждане на утвърдената в световен мащаб рамка за управление на риска и контролната среда COSO, която осигурява по-голяма прозрачност, както и унифициран подход за оценка на риска и контролни дейности.

Въведохме част от контролите на ниво дружество, и на ниво процес, но не в пълният им заложен обхват.

◐*

Сертифициране съгласно изискванията на още два ISO сертификата – за защита на личните данни и защита на информация в облачни услуги

●

Сертифициране на част от екипа на дирекцията по сертификационната програма „Сертифициран вътрешен одитор“ (CIA) съгласно изискванията на международния Институт на вътрешните одитори (IIA).

Взехме решение за промяна сертификацията и в момента имаме сертифициран разследовател на измами (CFE – certified fraud examiner)

●

14

15

1. НАШАТА КОМПАНИЯ

VIVACOM

ГОДИШЕН
ДОКЛАД 2020

1.6 Цели 2021

ЕФЕКТИВНИ И ИНОВАТИВНИ

Разширяване на покритието на 5G мобилната мрежа до 200 населени места и курорта в страната

Разширяване на покритието на оптичната мрежа със скорост до 1 Gbps и стартиране на услуги със скорост до 10 Gbps

Обновяване на логото на Vivacom и на визуалната идентичност на бранда

Пускане на нови мобилни тарифи без ограничение на включените мегабайти

Увеличаване на броя 5G съвместими устройства в портфолиото ни до над 40

Стартиране на платформата за телевизия и интернет EON в България

ВДЪХНОВЕНИ И ДИНАМИЧНИ

Ребрандиране и обновление на магазините на компанията

Подновяване на пространството за култура и изкуство Vivacom Art Hall

Подкрепа за музикални, културни и кулинарни фестивали на открито : A to Jazz; Apollonia; ARTE Music Festival; Spice Music Festival; Street food festival

Интеграция на служителите от придобитите дружества

Придобивки за служителите - подобряване на пакета здравно застраховане и повишаване стойността на ваучерите за храна

Разширяване на портфолиото за иновативни продукти и услуги с решенията Vivacom Smart Locator и Vivacom Smart Monitor

ЧЕСТНИ И ОТГОВОРНИ

Провеждане на 10-то издание на благотворителната инициатива „Операция жълти стотинки“

Стартиране на 7-та кампания Vivacom Регионален грант с фокус върху проекти за образование и опазване на околната среда

Продължаване на партньорството с Национална пациентска организация за телефонна линия за помощ на хора с хронични заболявания и информация за Covid-19



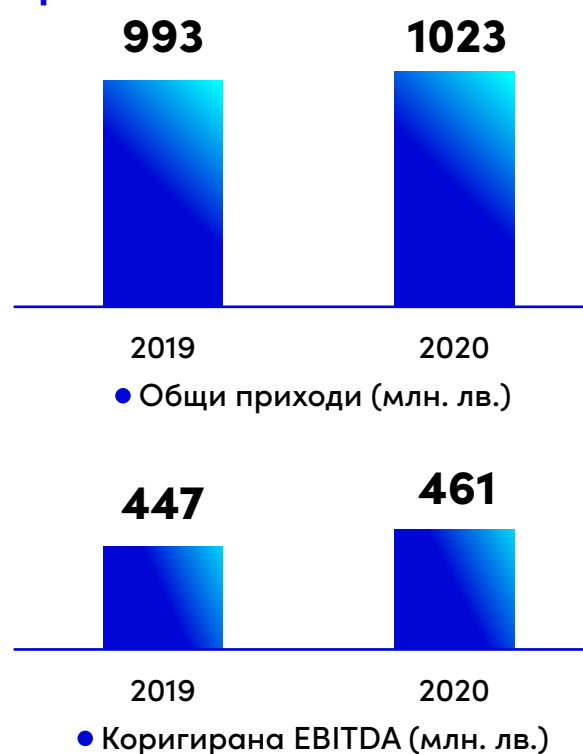
2. ПРЕДСТАВЯНЕ

2.2 ЕФЕКТИВНИ

- Vivascom е водещият телекомуникационен оператор в България за 2020 г. на база общи приходи – 1 022,8 млн. лв.
- Коригираната печалба преди лихви, данъци и амортизации нараства с 3.2% спрямо предходния период до 461,5 млн. лв.
- 88% от всички наши мобилни абонати са клиенти на срочни договори.
- Общият брой абонати на фиксиран широколентов интернет отбеляза ръст от 3,5% до 475 хил.
- Общият брой абонати на платена телевизия отбеляза ръст от 5,4% до 516 хил.
- Мобилната ни мрежа се доказва като най-бързата в цяла Европа , като отбелязва най-висок Speed Score™ , базиран на строгите анализи на Ookla на инициирани от потребителите тестове, направени със Speedtest®.
- Стартирахме първата търговска 5G мрежа в България, в централните части на всички 27 областни града.
- Оптичната мрежа на компанията покриваше 1 266 000 домакинства към края на годината.
- Стартирахме своята 10-гигабитова оптична мрежа.
- Направихме трансформация на мобилните си планове Smart и i-Traffic с цел дадем възможност на потребителите за достъп до по-богато съдържание.
- Компанията започна да предлага и иновативната услуга eSIM.
- Реализирахме нов интерфейс и функционалности на интерактивната и сателитната телевизия.
- Лансирахме дигиталния портфейл Pay by Vivascom.
- Започнахме ключово партньорство с водещия технологичен бранд Apple.

2.2.1 Финансови резултати

Показатели за финансова ефективност



Vivacom е водещият телекомуникационен оператор в България на база общи приходи за годината, приключваща на 31 декември 2020 г. Ние сме напълно интегриран оператор, който предлага мобилни услуги, фиксирани гласови услуги, фиксиран широколентов интернет и платена телевизия (DTH и IPTV) в национален план, както за частни, така и за бизнес потребители. Предоставяме услуги, свързани с фиксирани линии чрез нашата фиксирана мрежа и мобилни услуги чрез собствената ни мобилна мрежа на базата на GSM/ EDGE (2G технологии), UMTS / HSPA+ (3G технологии) и LTE / LTE-Advanced (4G / 4.5G технологии). На 21 септември 2020 г. Vivacom обяви стартирането на своята 5G мрежа във всички 27 областни града. Това е първият етап от въвеждането на новата технология, която работи едновременно на една и съща честота както за 4G, така и за 5G. Vivacom притежава и оперира едно от най-големите и модерни съоръжения за сателитна комуникация в региона – телепорт „Плана“, който предоставя възможност за

пренос на сигнал и свързаност до отдалечени локации, включително орбитални позиции в Европа, Африка, Близкия изток и Азия

Консолидираните общи приходи за годината, приключваща на 31 декември 2020 г., се увеличават с 3,0% спрямо предходния период и достигат 1 022,8 млн. лв. с устойчив ръст на приходите от мобилни услуги, фиксиран интернет и платена телевизия. Коригираната печалба преди лихви, данъци и амортизации нараства с 3,2% спрямо предходния период до 461,5 млн. лв. за годината, приключваща на 31 декември 2020 г., дължащо се на по-високи приходи и оптимална структура на разходите въпреки натиска върху брутния марж в резултат на пандемичните условия през 2020 г.

Нефинансови показатели

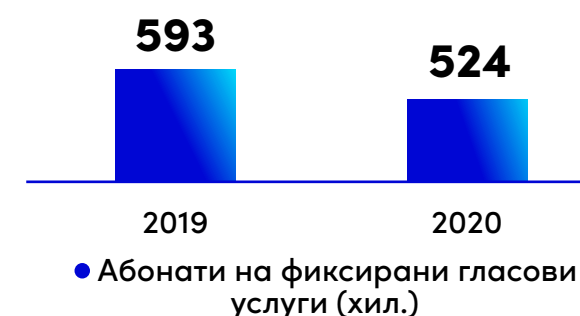
Мобилни услуги



Нашите мобилни абонати са предимно частни клиенти и съобразно конюнктурата на българския пазар на мобилни телекомуникационни услуги мнозинството от тях са на срочни договори със заплащане на услугите след ползването им. Към 31 декември 2020 г. 88% от всички наши мобилни абонати са клиенти на срочни договори.

Броят на мобилните ни абонати отбеляза спад от 2 985 хил. абонати към 31 декември 2019 г. до 2 954 хил. абонати към 31 декември 2020 г. Това може да бъде отнесено главно към продължаващата тенденция за консолидация на броя ползвани SIM карти на мобилния пазар.

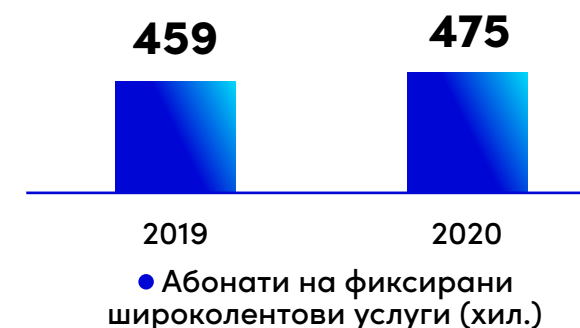
Фиксирани гласови услуги



Общият брой абонати на фиксирани гласови услуги намалява с 11,8% до 524 хил. към 31 декември 2020 г. спрямо 593 хил. към 31 декември 2019 г. Спадът в броя на абонатите на фиксирани гласови услуги се дължи основно на интензивната ценова конкуренция при фиксирани гласови услуги, като такива се предлагат на ниска цена в допълнение към мобилните услуги, фиксирания широколентов интернет и платената телевизия.

Фиксирани широколентови услуги

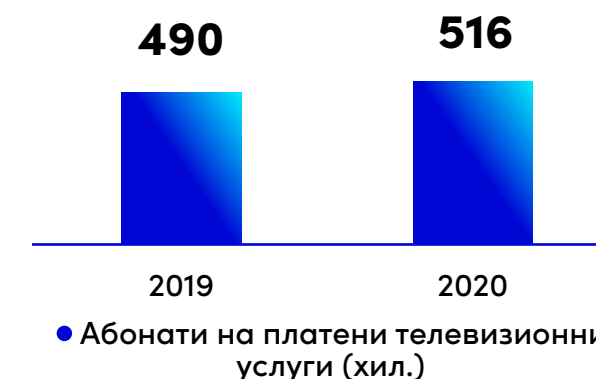
Общият брой абонати на фиксиран широколентов интернет отбеляза ръст от 3,5% до 475 хил. към 31 декември 2020 г. спрямо 459 хил. към 31 декември 2019 г. Увеличението се дължи основно на по-големия брой FTTx връзки, обусловен от по-голямото търсене на високоско-



ростна оптична свързаност с голям капацитет и надеждност.

Продължаващото надграждане на оптичната мрежа ни дава възможност да се възползваме от установената тенденция на преминаване към високоскоростни широколентови технологии. През 2020 г. постигнахме напредък в разширяването на нашата оптична мрежа, като към 31 декември 2020 г. обхванахме 1 266 хил. домакинства в страната.

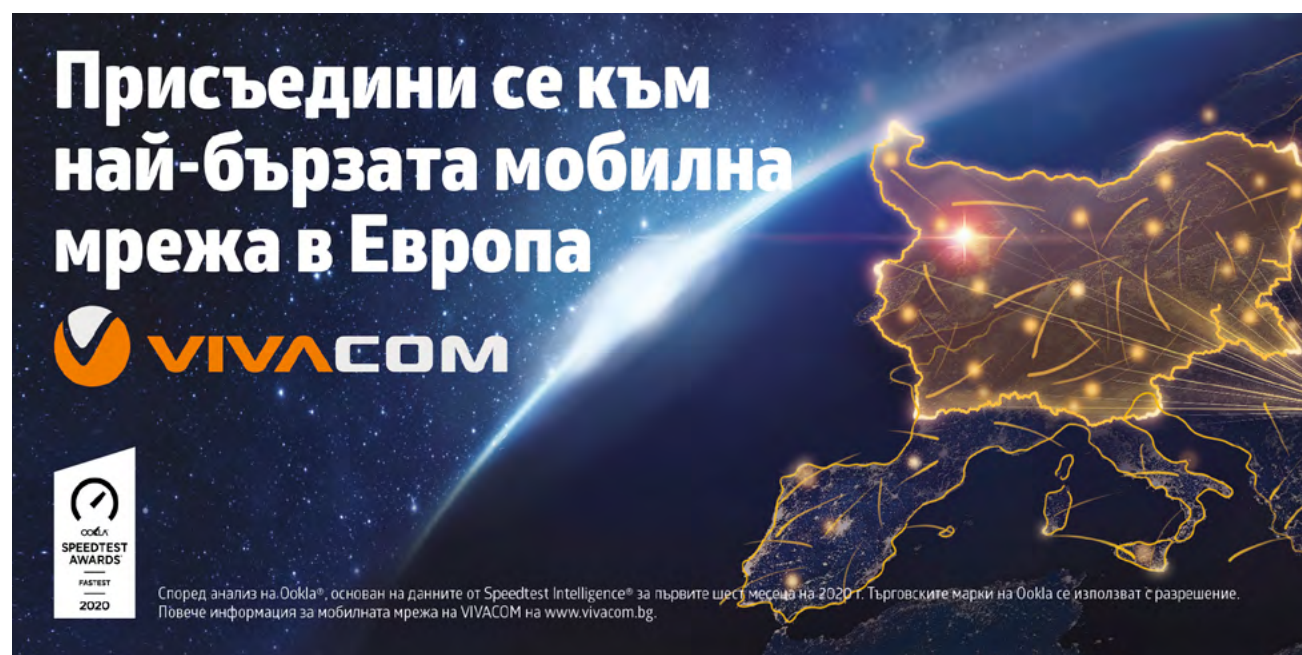
Телевизионни услуги



Общият брой абонати на платена телевизия отбелязва ръст от 5,4% до 516 хил. към 31 декември 2020 г. спрямо 490 хил. към 31 декември 2019 г. Увеличението се дължи на по-голямото търсене на висококачествени телевизионни услуги с изключително потребителско изживяване, богато съдържание и high-definition (HD) канали.



2.2.2 Мрежа и покритие



2020 безспорно беше една от най-натоварените и предизвикателни години по отношение на телеком мрежите. Още с въвеждането на извънредно положение в България през месец март, наложено като мярка за ограничаване разпространението на COVID-19, беше отчетен сериозен ръст в трафика на мобилни и фиксирани услуги. Тази тенденция продължи и през следващите етапи на извънредна епидемична ситуация. В пиковите моменти беше отбелязано увеличение до 50% при потреблението някои услуги спрямо същия период на 2019 г.

Мрежите на Vivacom поеха безпроблемно натоварения трафик и компанията продължи да обслужва клиентите си без затруднения, обезпечавайки нарастващите нужди на хората от възможности за комуникация. Доброто представяне се дължи на дългогодишната стратегия на компанията да инвестира значителна част от приходите си обратно в развитието на технологичната

инфраструктура, както и на правилното планиране и изграждане на мрежите, реализирано от техническите ни експерти със сериозен опит, знания и професионализъм в сферата на телекомуникациите.

Въпреки предизвикателствата, в технологично отношение Vivacom успя да постигне няколко значими успеха. Мобилната ни мрежа се доказва като най-бързата в цяла Европа, отбелязвайки най-висок Speed Score™, базиран на строгите анализи на Ookla® на инициирани от потребители тестове, направени със Speedtest®. Компанията получи отличието за първите шест месеца на 2020 г., след което затвърди успеха си и за второто полугодие. Тази обективна и независима оценка на мрежата, особено в година с безпрецедентно повишен трафик, е доказателство, че Vivacom следва правилна стратегия за развитие на технологичната си инфраструктура.

Друго сериозно постижение в мобилния сегмент беше пускането на първата търговска 5G мрежа в България. Vivacom я стартира през месец септември 2020 г. в централните части на всички 27 областни града. Мрежата беше изградена на съществуващите честоти за 4G и внедрена чрез технологията за динамично споделяне на спектъра (DSS), при която трафикът се разпределя между 4G и 5G спрямо потреблението към момента. С внедряването на този метод компанията се нареди до водещи телеком оператори като Swisscom, Play, Vodafone, Verizon и AT&T, направили тази стъпка. Основните предимства на мрежата от пето поколение са по-ниско времезакъснение, по-голям капацитет да поема множество едновременно свързани устройства и по-високи скорости. Всичко това спомага за реализирането на концепцията за Интернет на нещата, развитието на умни градове, телемедицина, дигитално образование, автоматизиране на редица индустрии и др.,

водещи до повишаване качеството на живот на хората.

През 2020 г. Vivacom продължи да развива и фиксираните си услуги. Към края на отчетния период оптичната мрежа на компанията покрива 1 266 000 домакинства. Броят покрити домакинства с мрежата по архитектура FTTc (Fiber to the Curb), чрез която доставяме високоскоростен интернет и интерактивна телевизия на по-малки населени места, нарасна до 501 000.

През месец декември компанията пусна своята 10-гигабитова оптична мрежа, в която предлага оптичен интернет със скорост до 10Gbps. Новата услуга стартира в част от София, като няколко месеца по-късно имаше изградено покритие във Варна, Бургас и Стара Загора. До края на 2021 г. се планира да се осигури достъп до нея на над 300 000 домакинства в страната.

¹Според анализ на Ookla®, основан на данните от Speedtest Intelligence® тестове за първите шест месеца на 2020 г. Търговските марки на Ookla® се използват с разрешение. Повече информация за мобилната мрежа на Vivacom на www.vivacom.bg.

²Speed Score™ включва измерване на скоростта на изтегляне (download) и качване (upload) на всеки доставчик, за да оцени достигнатите скорости в мрежата.

³Според анализ на Ookla®, основан на данните от Speedtest Intelligence® тестове за вторите шест месеца на 2020 г. Търговските марки на Ookla® се използват с разрешение. Повече информация за мобилната мрежа на Vivacom на www.vivacom.bg.

⁴Оптична свързаност е скорост на физическо ниво между абоната и мрежата. За достигане на максималната възможна скорост от 10 Gbps, крайното клиентско оборудване трябва да покрива нужните технически изисквания на услугата. Услугата се предоставя само при наличие на техническа възможност. Максималните достижими скорости са гарантирани на 80%. Повече информация на www.vivacom.bg.

2.2.3 Продукти и услуги

Един от основните фокуси в стратегията на Vivacom е постоянното развитие на портфолиото от продукти и услуги, така че то да отговаря на актуалните клиентски нужди и очаквания. През 2020 г. компанията направи сериозна трансформация на мобилните си планове Smart и i-Traffic с цел даде възможност на потребителите за достъп до по-богато съдържание, което те сами да избират. От месец юни в тарифите започна да се включва месечен бюджет на стойност до 30 лв., с който клиентите да закупят телевизионно съдържание в TV GO. Така те могат да закупят предпочитаните от тях пакети със спортни, филмови, детски или информационни канали и да персонализират акаунта си спрямо своите желания и интереси. Размерът на включения бюджет се определя спрямо избора от потребителя план. Самият медиен портал TV GO получи изцяло нов интерфейс и дизайн с възможност за персонализиране на акаунти от специално създадената секция „Абонаменти“.

Компанията започна да предлага и иновативната услуга eSIM към мобилните си абонаментни планове. eSIM е технология, при която не се изисква поставянето на физическа SIM карта в мобилното устройство, а вместо това в телефона има вграден чип, който съхранява SIM профила на абоната и параметрите му за достъп до мрежата. Основните предимства на eSIM пред физическите SIM карти са лесната активация чрез QR код, възможността за използване на повече от един профил в смартфона, както и оптимизиран дизайн на мобилните устройства. Новото поколение вградени карти могат да се използват по няколко начина: като единствена и основна карта в телефона, заедно с Nano SIM карта с друг мобилен номер за Dual SIM устройствата, поддържащи eSIM, а също и като допълнителна карта, свалена в устройството, която може да се включва и използва в определени случаи. Съхранението на eSIM профила на абоната и необходимите параметри за достъп до мрежата става чрез специален, вграден в смартфона чип. Услугата може да бъде активирана само на устройства, които поддържат eSIM функционалност, като Vivacom постоянно разширява портфолиото

си в тази посока.

При фиксираните услуги основният акцент през 2020 г. беше новият интерфейс и функционалности на интерактивната и сателитната телевизия.

IPTV платформата получи възможност за създаване на профили, както и обновена заглавна страница – „За мен“ или „My TV“, която включва персонализирано съдържание и препоръки за филми и предавания, подбрани за конкретния потребител на база минали гледания. Секцията съдържа различни категории: „ТОП канали“, „Любими филми/каналы“, „Популярни сега“ и „Продължи гледането“. Добавена беше и информационна страница при избиране на предаване от „Програма“, „MyTV“, „Видеотека“ или „Търсене“, от която предаването може да се пусне отначало, да се сложи напомняне за бъдещо излъчване, а при сериалите да се видят предстоящите епизоди и препоръки за подобни предавания. Беше пусната и нова функционалност специално за любителите на футбола, която показва спортните данни като информация за първенства, отбори и мачове в реално време, както и най-важните моменти от тях.

Компанията стартира и иновативна услуга за интерактивна телевизия, работеща с интернет свързаност от друг доставчик – VIVA IPTV GO. Тя дава възможност на потребителите да се възползват от всички функционалности на IPTV, където и да се намират. Единственото условие е мястото да има интернет свързаност, която не е задължително тя да бъде предоставяна от Vivacom. VIVA IPTV GO позволява използването на до два приемника едновременно.

Интерфейсът на сателитната телевизия на телекома също беше обновен. Това даде възможност на потребителите да създават и управляват списъци с любими канали, както и бърз достъп до тях. За удобството на клиентите, менюто EPG предоставя списък с всички канали на сателитната телевизия и програма за предаванията за седем дни напред. Сред полезните нови функционалности е и възможността за заключване на менюто, с

която родителите могат да ограничат достъпа на децата си само до канали с подходящо за възрастта им съдържание. Сателитната телевизия започна да се предлага и с нов, по-компактен приемник, който работи по-бързо и консумира по-малко енергия. С него потребителите получават и достъп до селектирани радио програми.

В края на годината Vivacom започна да предлага два изцяло нови тарифни плана за фиксиран интернет в стартиралата си 10-гигабитова мрежа – FiberNet 5 Gbps и FiberNet 10 Gbps. Благодарение на използваната свръх-модерна технология 10Gbps XGS-PON компанията успя да предложи на пазара пакети за оптична интернет свързаност със скорости до 10 пъти по-високи от тези до момента.

Портфолиото от услуги беше надградено и с лансирането на дигиталния портфейл Pay by Vivacom. Това е още една стъпка, с която компанията излиза от традиционната роля на доставчик на телеком услуги и се утвърждава като технологичен лидер, предлагащ иновативни решения дори във финтех сферата. Pay by Vivacom дава възможност за безконтактни плащания, трансфер на средства, онлайн и офлайн пазаруване, следене на всички транзакции и дигитализиране на карти за лоялност към търговски обекти. Приложението позволява извършването на парични преводи както към сметки в България, така и в чужбина. Едно от ключовите предимства на Pay by Vivacom е сигурната защита на данните и парите, гарантирана от личните биометрични данни. Потребителят може да вижда данните само след идентификация с пръстов отпечатък, сканиране на лице или ПИН код. Pay by Vivacom помага и за управлението на личния бюджет, като предоставя достъп до отчет за извършените плащания директно в приложението. Уведомяването за всяко плащане е безплатно и става в рамките на секунди. Физическата карта Mastercard Digital First, която потребителите на Pay by Vivacom могат да заявят директно в приложението, е първата по рода си платежна карта в България, предлагаща допълнително ниво на сигурност,

тъй като върху нея липсва каквато и да е било чувствителна информация. Така тя има всички функционалности на безконтактните карти, но на нея е изписано единствено името на картодържателя. Уникалният 16-цифров номер (ПАН), CVC кодът за онлайн плащания с картата и срокът ѝ на валидност се съхраняват само в дигиталния портфейл. Достъп до приложението има единствено титулярят чрез използване на биометричните си данни за отключване на Pay by VIVACOM или секретен код.

От пускането на дигиталния портфейл до момента Vivacom периодично надгражда и разширява функционалностите му, така че да го направи още по-полезен и удобен за потребителите.

Излизането на приложението на пазара съвпадна с месеца на въвеждане на извънредното положение в страната във връзка с пандемията от COVID-19. Чрез него компанията предостави на потребителите още една възможност за превенция на себе си и околните – като избегнат докосването до банкноти, монети и ПОС терминали, пазарувайки онлайн или когато плащат дигитално при физическо посещение в магазин.

2020 година отбеляза и едно ключово партньорство за Vivacom – компанията започна да предлага продуктите на водещия технологичен бранд Apple. То започна с моделите iPhone 11, iPhone 11 Pro, iPhone 11 Pro Max и iPhone SE, а също и iPhone Xr, iPhone 8 Plus и iPhone 7. Впоследствие портфолиото беше обогатено и с най-актуалните към момента модели на бранда от 12-та серия.

Сред отличителните продукти, които Vivacom предлага на своите клиенти в последните няколко години, е и легендарната игрална конзола PlayStation®. В края на годината излезе дългоочакваната ѝ пета серия, която потребителите можеха да закупят от магазинната мрежа на телекома. Компанията се стреми да предлага едно от най-желаните гейминг устройства на достъпни цени на изплащане в комбинация със свои фиксирани услуги.

2.3 ВДЪХНОВЕНИ

- Един от най-големите работодатели в страната с 5 038 общ брой служители.
- Близо 30% от тях са със стаж в компанията повече от 20 години.
- Промотирани 226 човека през 2020 г.
- Новоназначени хора за периода – 545.
- Проведе се 17-тото издание на Лятна стажантска кампания с участие на 60 стажанти в 18 дирекции в компанията.
- След края на програмата 35% от участниците останаха на постоянна позиция в компанията.
- 25 студенти завършиха успешно Vivacom „Техническа академия“, а 63% от кандидатствалите за стаж или работа продължават кариерното си развитие в компанията.
- Подкрепихме конкурса „Правото ми на мнение. Моите каузи в социалните мрежи“, организиран от УНИЦЕФ, Асоциацията на европейските журналисти в България и младежката медия Teen Station.
- Подкрепихме провеждането на експозицията LobsterLand на съвременния британски творец Филип Колбер в галерия „Структура“.

2.3.1 Служители

Vivacom запазва позицията си на един от най-големите работодатели в страната и през 2020 година, с общ брой от 5 038 служители. Разбирането на мениджмънта, че това е най-ценният ресурс на една компания, се доказва категорично през този период. Въпреки трудностите в много сфери на бизнеса, предизвикани от глобалната пандемия, организацията положи редица усилия и специални мерки, за да не намалява броя на заетите в нея и да им осигури стабилна работна среда. Текуществото за годината е едва 10%, което е с 5% по-малко от предходната. Показателен за лоялността на служителите е и фактът, че половината от тях са част от организацията от над 10 години, а близо 30% са със стаж в нея от повече от 20 години.

Дори при възникналите предизвикателства, Vivacom продължи да следва стратегията си да привлича, развива и задържа отлично подготвени кадри. През 2020 г. компанията не само не предприе съкращения, но и промотира 226 души. Новоназначените служители за периода са 545. Продължи и традиционното подпомагане на прехода на младите специалисти от академична към реална работна среда, като 35% от участниците в лятната стажантска програма са останали на постоянна позиция в телекома.

Един от ключовите методи за повишаване на компетенциите на служителите е достъпът до обучения. Vivacom осигурява такива както за развитие на професионалните знания и умения, така и за личностно израстване. С оглед възникналата ситуация през 2020 г., компанията разработи множество онлайн обучителни програми в помощ на служителите и мениджърите, които да улеснят комуникацията, взаимодействието и работните процеси в режим на дистанционна работа. През 2020 г. средният брой часове за обучение на един служител са 18, а при заемащите мениджърски позиции – 33. Отбелязва се лек спад спрямо 2019 г., основно заради преминаването към дистанционни формати

и невъзможността за провеждане на някои от обученията онлайн. Въпреки това компанията продължи политиката си да инвестира в развитието на персонала и повишаването на неговата мотивация и ангажираност. За 2020 г. вложените в обучения средства надвишат 1,3 милиона лева.

В условията на пандемия и задаваща се икономическа криза, Vivacom запази изцяло пакета от придобивки за своите служители и дори го разшири и надгради. Беше увеличен размерът на предоставяния бюджет за закупуване на служебен мобилен апарат/таблет за всички позиции в компанията. В сложната и стресова обстановка се наблегна и на възможността за предоставяне на психологическа подкрепа, която от години е достъпна като услуга за служителите.

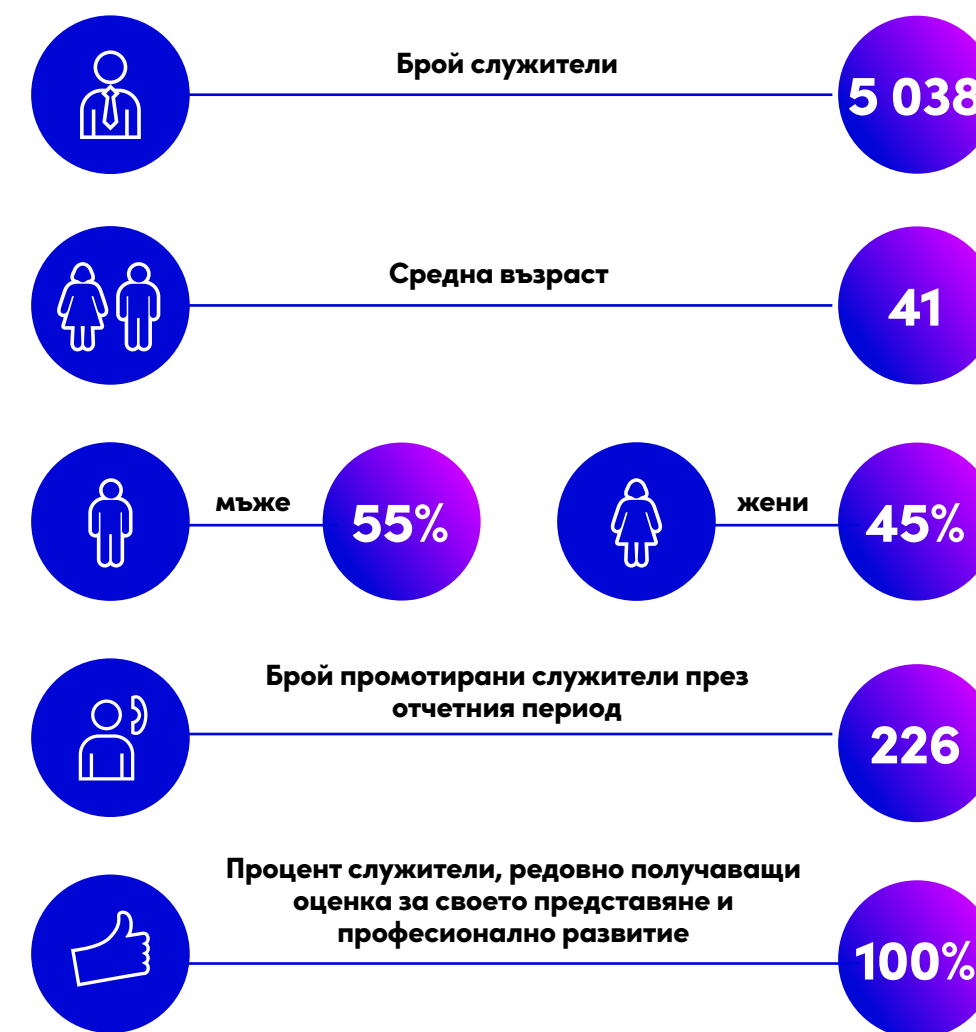
Усилията на компанията да бъде предпочитан работодател, който поддържа високо ниво на професионализъм на екипа си и се грижи за неговото кариерно и личностно развитие, бяха оценени не само от служителите, но и от няколко външни организации. За дейността си в сферата „Човешки ресурси“ през 2020 г. Vivacom беше удостоена с 4 престижни награди:

- Сребърни отличия в категориите „Работодател на публиката“ и „Стратегия за оценяване на служителите“ в наградите за най-добър работодател на България – Career Show Awards 2020;
- Награда в категорията Employer Branding Excellence на годишните награди Employer Branding Awards 2021 на b2b media. Отличието беше присъдено за вътрешната стратегия на компанията спрямо служителите ѝ по време на пандемията от COVID-19;
- Златен знак „Отговорна компания – отговорни служители“ за развитие на програми за дарителство от работното място. Годишният знак се присъжда от фондация BCause в партньорство с Българското дружество за връзки с обществеността (БДВО),

Българската асоциация за управление на хора (БАУХ) и Българска асоциация на КСО специалистите;

- Специална награда на „Годишни национални награди по безопасност и здраве при работа – 2020“. Наградата е учредена от

фондация Център за безопасност и здраве при работа и се провежда с официалната подкрепа на Министерство на труда и социалната политика, Министерство на здравеопазването, ИА Главна инспекция по труда и синдикални организации.



2.3.2 Лятна стажантска програма и Техническа академия

Телекомуникационната сфера е една от най-динамично развиващите се и привлекателни професионални области за младите хора. Vivasom има дългогодишни традиции в провеждането на стажантска програма, която подпомага прехода на студенти от университетската към работната среда. За компанията това е добра възможност да отличи талантиви бъдещи професионалисти, които да подготви и привлече в екипа си.

През 2020 г. се проведе 17-тото издание на Лятната стажантска програма на Vivasom, в което взеха участие 60 стажанти в 18 дирекции в компанията. Нетрадиционната ситуация, наложена от COVID-19, не попречи на пълноценното ѝ реализиране, като за първи път в своята история кампанията се проведе

в дигитална среда. Посредством технологиите, участниците останаха свързани помежду си, натрупаха ценни знания и развиха професионалните си умения, доказвайки, че физическото разстояние не е пречка за развитие и успех. Младежите имаха възможност да се включат в редица интересни онлайн събития и обучения, свързани с корпоративна култура, бизнес етикет, презентационни и комуникационни умения. А с помощта на своите персонални ментори, те направиха и първите си крачки в кариерното развитие и натрупаха ценен опит и умения, които ще са от полза за бъдещата им реализация. Като част от приобщаването им към ценностите и социално-отговорната политика на Vivasom, стажантите взеха участие и в доброволческа

акция, посветена на стимулирането на популацията на пчелите. След края на програмата 35% от участниците в програмата останаха на постоянна позиция в компанията.

През декември стартира и единадесетото издание на друга инициатива в подкрепа на професионалното израстване на млади специалисти – Vivasom Техническа академия. Проектът се провежда съвместно с Факултета по телекомуникации на Технически университет – София. По време на Академията експерти от телекома преподават практически ориентирани курсове на студентите. Темите на фокус не са част от редовния план на обучение в университета и обхващат различни области от реалната работна среда. Някои

са тясноспециализирани и технологични, а други са свързани с управление на проекти, технически английски език, разработване на продукти и услуги, правна рамка и регулация на телекомуникациите, бизнес комуникации и др. Vivasom Техническа академия също се проведе изцяло онлайн, заради наложените ограничителни мерки. 25 студенти завършиха програмата успешно, а 63% от кандидатствалите за стаж или работа в компанията продължават кариерното си развитие в нея. Успешното завършване на Vivasom Техническа академия носи и допълнителни точки на студентите при формирането на състезателния им бал за магистратура във Факултета по телекомуникации на ТУ – София.



2.3.3 Конкурс за младежи „Правото ми на мнение. Моите каузи в социалните мрежи“

Vivacom има дългогодишни традиции в подкрепата на образованието и развитието на младите хора в България. Дигитализацията на образованието и подобряването на цифровите умения на учениците са една от основните каузи, зад които компанията застава. През 2020 г. Vivacom беше партньор на конкурса „Правото ми на мнение. Моите каузи в социалните мрежи“, организиран от УНИЦЕФ, Асоциацията на европейските журналисти в България, младежката медия Teen Station и Резонатор. Конкурсът бе насочен към ученици на възраст между 14 и 18 години, които трябваше да представят свое хоби или кауза чрез съдържание, създадено за социалните мрежи – видео, аудио подкаст, статия, фотогалерия или популярния формат „сто-

ри“ (Instagram история). В помощ на учениците бе специално изготвеното помагало „Правото ми на мнение! Създаване на съдържание за социалните мрежи“, съдържащо ценни съвети как да създават подходящо за тези канали съдържание, без да нарушават чужди авторски права или неволно да разпространяват фалшиви новини. В конкурса се включиха участници от цялата страна, като журито отличи работите на 15 от тях, които продължиха в следващия етап – младежки хакатон „Дигитални решения за медийна грамотност: правото ми на мнение“.

В рамките на двудневния хакатон младежите работиха с изявени специалисти в областите на видеопроизводството, подкаста, онлайн

игрите, дигиталния маркетинг, иновативните презентации. Така те развиха своите идеи по професионален и атрактивен начин, за да разпространят знанието за дигитално-медийната грамотност до повече ученици в цяла България. Специфичното за целия процес – от подготовката на учениците до работата им по идейните проекти – беше, че всичко ставаше онлайн заради извънредната обстановка в страната, а самите участници в хакатона не се познаваха предварително и не си взаимодействаха във физическа среда. Въпреки тези предизвикателства младежите се справиха отлично, сработиха се и създадоха оригинални и добре обмислени проекти.

Учениците имаха възможността да представят решенията, върху които работиха, в рамките на специално събитие, а чрез заснетите видеоклипове идеите им достигнаха и до широката публика.

Общото между представените проекти бе, че всеки от тях включваше използването на технологиите за решаването на актуални проблеми, свързани с дигиталната медийна грамотност. Всички участници в хакатона получиха специален подарък от Vivacom – безжични слушалки.



2.3.4 Изложба на съвременния британския творец Филип Колберт – за първи път в България

Подкрепата за сферата на културата винаги е била сред водещите приоритети в социално-отговорната политика на Vivacom. Компанията стои зад убеждението, че частот мисията ѝ е не само да повишава качеството на живот на хората чрез съвременните технологии, но и да ги вдъхновява да търсят и откриват предизвикателства, да обогатяват вътрешния си свят и да се развиват. Досегът с произведенията и работата на творци в различни сфери може да отвори нови хоризонти пред всеки, ето защо Vivacom предприема стъпки за направи изкуството по-достъпно за широката аудитория.

През месец февруари 2020 г. компанията подкрепи провеждането на експозицията LobsterLand на съвременния британски творец Филип Колберт в столичната галерия „Структура“. Това беше първата изложба в България на световноизвестния автор на съвременно изкуство. Филип Колберт е известен със своя мултидисциплинарен подход, който му позволява да създаде „истински“ свят на изкуството. Той работи в областта на живописата, скулптурата, модата и дизайна. Наричан „кръщелникът на Анди Уорхол“, Колберт развива традицията на поп-арта и създава съвременни разкази, влизайки във виртуален диалог с автори като Ричард Хамилтън, Джеймс Розенкуист и Рой Лихтенщайн, като ги въвежда в дигиталната ера. Филип Колберт създава иконичния бранд TheRodnikBand, вдъхновен от пост поп-арт движението. Самият той се определя като „нео поп сюрреалист“, термин, който акцентира върху хибридният характер на изкуството му. Един от любимите му герои е гигантският лобстер, който присъства и в едноименната изложба, представена в София.



2.4 ИНОВАТИВНИ

- Vivacom стартира успешно партньорство с Националната пациентска организация за създаване на информационна телефонна линия в помощ на пациентите с хронични заболявания.
- 10 588 българи са потърсили безплатна медицинска помощ и консултации на горещата телефонна линия.
- Дарихме умен дезинфекциращ робот на столичната УМБАЛ „Св. Анна“.
- Включихме в портфолиото си цялостно решение за температурен контрол в обществени или бизнес сгради, работещи за превенция на разпространението на COVID-19.
- Надградихме специализираната платформа за контрол и управление на служебния автопарк VIVA Fleet.

2.4.1 Телемедицина – партньорство с Националната пациентска организация

В годината, която почти изцяло беше белязана от разпространението на COVID-19 и съответните мерки за справяне с глобалната пандемия, технологиите се доказаха като безспорна опора на обществото за преодоляване на възникващите проблеми от най-различно естество. Във фокуса на държавните институции беше овладяването на здравната криза, като в тази битка се включиха и редица неправителствени организации и компании от частния сектор.

Vivacom стартира успешно партньорство с Националната пациентска организация за създаване на информационна телефонна линия в помощ на пациенти с хронични заболявания. Тази група хора бе идентифицирана от медиците като една от най-застрашените от COVID-19: от една страна заради потенциално по-трудното справяне с вируса при заразяване и възможността от възникване на допълнителни усложнения заради придружаващите хронични заболявания и от друга – особено по време на обявеното извънредно положение с максимално ограничаване на контактите, – тъй като тези пациенти се оказаха в ситуация, в която са лишени от посещенията при лекуващите ги лекари и нямат възможност за директна консултация с тях. Създадената телефонна линия 0800 14 515 им даде възможност за дистанционно консултиране със специалисти и съответно – за навременна информация във връзка със заболяванията им, при сведена до минимум вероятност да се срещнат с вируса. Лекари-доброволци, експерти в ендокринологията, кардиологията, онкологията, инфекциозните болести и др., отговаряха на обажданията и въпросите на пациентите с хронични заболявания. Имаше възможност и за връзка с психолог, с когото те да обсъдят тревожността или притесненията си в извънредната пандемична ситуация.

Vivacom обезпечи обажданията да са безплатни за пациентите в периода на извънредното положение, както и през следващите месеци – до края на юни 2020 г. Самата платформа за обслужване на линията се предоставяше в партньорство с Callflow.



През месец ноември, когато ситуацията в страната също беше усложнена заради увеличаващия се брой новозаразени хора, телефонната линия стартира отново, с добавени функционалности – консултации във връзка с COVID-19. Обаждащите се получаваха информация за стъпките, които трябва да се предприемат за получаване на адекватно лечение, ако имат симптоми. Това беше важна стъпка за оказване на помощ на здравната система в момент, в който тя изпитваше сериозен натиск заради увеличаващото се разпространение на вируса.

Според данните на Националната пациентска организация 10 588 българи са потърсили безплатна медицинска помощ и консултации на горещата телефонна линия за 14-те месеца, през които тя оперира (17 април 2020 г. – 31 юни 2021 г.).

Реалната възможност за дистанционно консултиране с лекари в различни специалности е и една от първите задължителни крачки за развитие на телемедицината и прилагането на ползите от модерните технологии за опазване на човешкото здраве.

2.4.2 Дарение на дезинфекциращ смартробот на УМБАЛ „Св. Анна“

Иновациите винаги са били движеща сила за развитие на технологиите. А задължителното условие дадена иновация да прерасне в масово използван продукт или услуга е да има реално приложение за хората, спомагайки за повишаване на качеството на живот. И докато в последните години фокусът масово беше насочен към развитието на потребителската техника, нови мобилни устройства или уреди за дома, както и към навлизащите смарт решения за умни градове, то през 2020 г. във връзка с глобалната пандемия вниманието на обществото се фокусира върху медицината. Прогресът в тази област е несъмнен, но ако преди сме го свързвали предимно с разработка на иновативни методи за лечение и лекарствени средства, то изминалата година доказа, че технологии като безжичната мобилна връзка имат важно приложение в извеждането на медицинското обслужване на изцяло ново ниво.

Пример за това е „умният“ дезинфекциращ робот, дарен от Vivacom на столичната УМБАЛ „Св. Анна“. Смартроботът може да работи с 4G и 5G мобилни мрежи, както и през WiFi. Той използва по-природосъобразна технология за дезинфекция в сравнение с обикновените препарати, тъй като изходните вещества от работата му са основно водна пара и кислород, без токсични остатъци.

Авангардният робот M2D се движи автономно и използва иновативната система за почистване „dryfog“. Тя има капацитет за стерилизиране на големи помещения и може да замести стандартното дезинфекциране с формалдехидни продукти, като осигурява защита срещу различни видове вируси.

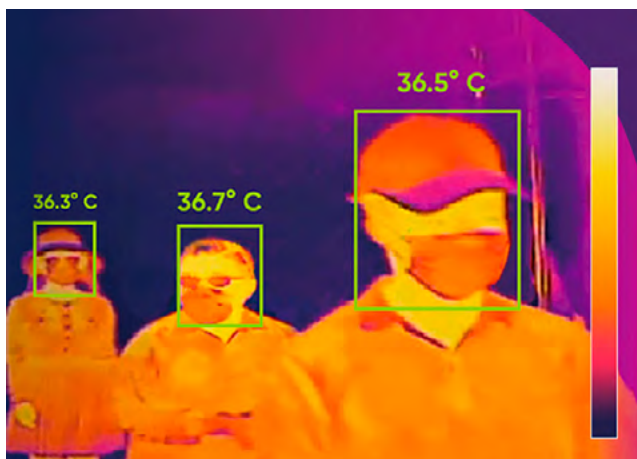
Интелигентното устройство влезе в употреба в централния операционен блок на болница „Св. Анна“. То елиминира вируси, гъбички, спори, бактерии, като контролът и наблюдението му се осъществяват дистанционно. Сред функционалностите му е и възможността за съставяне на график за дезинфекция на фиксирани точки и помещения за почистване. Роботът разполага с автономна навигация

и функция за преодоляване на препятствия, самозарежда се и е подходящ за почистване на различни помещения.

Надеждната дезинфекция не само е ключова в борбата с COVID-19, но е и абсолютно задължително условие за функционирането на всяко лечебно заведение. С внедряването на подобни технологии голяма част от усилията на болничния персонал могат да бъдат спестени и времето и професионалният им капацитет да се използват за съществено лечение на пациентите.



2.4.3 Внедряване на термокамери за превенция разпространението на COVID-19



Още в началото на разразяващата се пандемия като технологична компания Vivascom насочи усилията си и в предлагане на адекватни решения за превенция разпространението на COVID-19. Част от тях бе и включването в портфолиото с услуги на различни решения за температурен контрол в обществени или бизнес сгради.

В условията на глобална пандемия опазването на здравето на служители, клиенти и посетители се превърна в приоритетна цел за всяка компания или институция. Като една от най-подходящите мерки за превенция беше изтъкнато измерването на телесната температура на всеки, влизаш в сграда или затворено помещение. В отговор на това, още през май месец Vivascom предложи технологично решение с термокамери, измерващи телесната температура автоматично и безконтактно с високоточен инфрачервен термометър.

Компанията стана партньор на община Плевен за внедряването на услуга от този тип, като в 5 общински обекта бяха инсталирани термокамери, снабдени с опцията за лицево разпознаване и създаване на база данни, което при нужда улеснява установяването на броя преминали хора.

Друг вид подобно решение е метал-детекторна рамка с термоотчитане, която измерва температурата на всеки преминал през нея и мигновено сигнализира при констатиране на

повишени стойности, за да се предприемат необходимите мерки. Иновативното решение е подходящо както за обществени сгради и обекти на държавната администрация, така и за офиси, складове, центрове за обслужване на клиенти и всякакъв вид работни помещения на компаниите, които се грижат за здравето на своите служители, клиенти и партньори. Vivascom инсталира такава рамка в Областната управа на Благоевград по поръчка на общинската администрация.

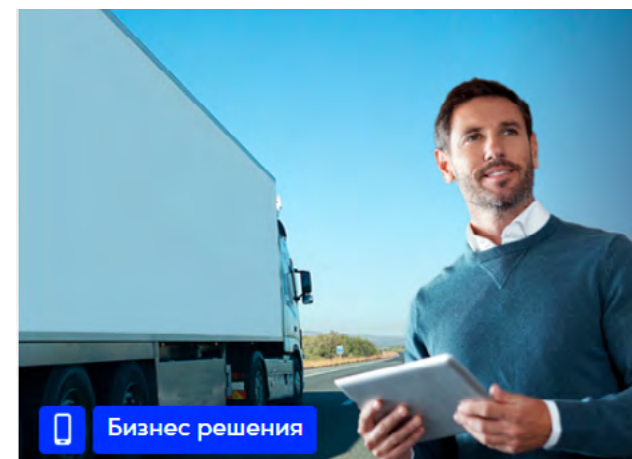
С цел още по-широко приложение на подобни методи за превенция, компанията стартира съвместна инициатива с Български лекарски съюз за доставка на високотехнологична апаратура за нуждите на болниците. Портфолиото включва различни устройства, които съдействат за превенция разпространението на вируса, улесняват медицинските заведения в работата им и допринасят за сигурността на персонала и пациентите.

Част от тях са богат набор от апарати с различни функционалности за безконтактно измерване на температура, от които всяка болница може да избере според нуждите си. Сред предлаганите устройства има и няколко вида модерни и удобни термокамери, каквито масово започнаха да бъдат поставяне в болници, летища, държавни учреждения или офис сгради с цел превенция.

Vivascom предложи на болниците и вариант с безконтактни дистанционни термометри. Те се отличават с точност и разполагат с HD екран за бързо отчитане на температурата.

Благодарение на сътрудничеството с компанията редица лечебни заведения се оборудваха с висококачествените термокамери, както и с други иновативни решения за по-добра превенция и контрол. Приложението на технологиите в здравната система може да бъде постоянно надграждано спрямо нуждите на лечебните заведения. Безспорната полза от тях е облекчаването на човешкия труд и осъществяването на превенция както за персонала, така и за пациентите.

2.4.4 Нови услуги в платформата VIVA Fleet



Едно от най-популярните иновативни решения за корпоративни клиенти на Vivascom е специализираната платформа за контрол и управление на служебен автопарк – VIVA Fleet. Обратната връзка за постигнатите резултати от клиенти, които я използват, показват, че с нейна помощ се достига до намаляване на пробега и „паразитния“ престой между 15 и 50%, осъществява се и контрол на скоростта, който от своя страна води до намаляване на средния разход на гориво, повредите и рисковете от пътнотранспортни произшествия.

Тези успешни показатели мотивират компанията да развива платформата и през 2020 г. тя беше надградена с нови услуги за още по-ефективен мониторинг и оптимизиране на разходите.

Едно от най-важните предимства на VIVA Fleet е контролът на гориво в реално време за превенция от кражби. Чрез тази функционалност клиентите получават обективни отчети за разход, зареждания и регистрирани източвания на гориво. Внедряването й дава резултати за намаляване на разходите за горива и дисциплиниране на водачите.

Платформата има възможност и за идентификация на водача, като по този начин лесно се проследява ефективността на всеки водач/служител и се разграничава личното

от служебното използване на автомобила. Функцията оптимизира поведението на пътя и спазването на ограниченията на скоростта. В допълнение VIVA Fleet проследява цялостното поведение на водачите и стила им на шофиране и експлоатация на служебните автомобили. Това дава възможност за контрол и намеса от страна на мениджмънта при идентифициране на недобросъвестни или рискови практики.

Опцията за връзка с бордовия компютър на автомобила позволява проследяване на множество датчици и допълнителни показатели, като например за скоростта на движение и позицията на педала на газта, мониторинг на температурата и оборотите на двигателя и други. Този вид наблюдение води както до намаляване на административния ресурс за отчетност, така и до оптимизиране на разходите за автопарка.

VIVA Fleet предоставя опции за генериране на над 80 вида автоматични справки и тяхното комбиниране, визуализация в графичен вид и индивидуализиране според спецификата на съответния бизнес. Част от дейностите, които клиентите могат да проследяват, са: правила и аларми в реално време, пълно досие на автопарка, различни нива на анализ и достъп до информацията, планиране на техническа поддръжка, администриране на гуми, 24/7 технически център за обслужване на клиенти и други.

Използването на VIVA Fleet позволява оптимизация на транспортната дейност на всяка фирма, която притежава служебни МПС-та, независимо от вида им – от леки и лекотоварни, до тежкотоварни, автобуси, строителни, земеделски машини и други.

VIVA Fleet осигурява и обслужване на автопарка със сервизни центрове в цялата страна.

2.5 ЧЕСТНИ

- Vivascom стана първата в България компания, която получи сертификат по новия международен стандарт за изградена цялостна Система за управление неприкосновеността на личните данни – ISO/IEC 27701:2019.
- През 2020 г. няма установен потвърден случай на кражби или загуби на данни на клиенти.
- През отчетния период е намалена значително и общата стойност на платените санкции към държавни институции – на 145 640 лв., спрямо 304 350 лв. за 2019 г.

2.5.1 Регулация и управление на лични данни

Vivacom прилага най-високи стандарти за информационна сигурност и разполага с цялостна система за управление неприкосновеността на личните данни, с което гарантира законосъобразност, прозрачност, поверителност, интегритет и наличност на обработваната информация на своите клиенти, партньори или служители като администратор, обработващ или съвместен администратор.

През 2020 г. компанията стана първата в България, която получи сертификат по новия международен стандарт за изградена цялостна Система за управление неприкосновеността на личните данни – ISO/IEC 27701:2019. Получихме и сертификат за прилагане на Кодекса за добра практика за защита на личните данни в облачни услуги – ISO/IEC 27018:2019.

ISO/IEC 27701 „Изисквания и указания, допълнение към ISO/IEC 27001 и ISO/IEC 27002, за управление неприкосновеността на информацията“ определя изискванията за внедряване, поддържане и постоянно подобряване на цялостна система за управление на личните данни, с което надгражда съществуващата, сертифицирана по ISO/IEC 27001, Си-

стема за управление на сигурността на информацията.

Стандартът допълва изградената Система за управление на неприкосновеността на личните данни (Personal Information Management System, PIMS), като надстройка на Системата за управление на сигурността на информацията (по ISO/IEC 27001), със специфичните изисквания към предлаганите облачни услуги: „Инфраструктура като услуга“ (IaaS), „Облачна среда като услуга“ (CaaS), „Софтуер като услуга“ (SaaS), „Платформа като услуга“ (PaaS).

Международно признатите сертификати са потвърждение за високото ниво на съответствие с изискванията не само на Европейския закон за защита на личните данни, но и на глобалните норми в тази област.

През 2020 г. няма установен потвърден случай на кражби или загуби на данни на клиенти.

През отчетния период е намалена значително и общата стойностна платените санкции към държавните институции – на 145 640 лв., спрямо 304 350 лв. за 2019 г.



2.5.2 Партньорство с Държавна агенция за закрила на детето



В условията на пандемия, наред с всички негативни здравни и икономически последици от нея, се появиха тревожни сигнали за увеличаване на агресивното поведение и насилие в редица европейски държави.

Деца винаги са били една от най-уязвимите групи в обществото, нуждаещи се от подкрепата своите родители, учители и възрастните около тях. В някои случаи се изискват превенция и специална закрила, когато налице са рискови ситуации. Именно в тази посока работи денонощната национална телефонна линия за деца 116 111 на Държавна агенция за закрила на детето (ДАЗД), на която 24 часа в денонощието, 7 дни в седмицата, безплатно, децата могат да получат психологическа подкрепа от опитни професионалисти – психолози и педагози, както и да споделят въпроси, за

които изпитват притеснение да обсъдят с родителите, учителите и приятелите си. На линията по релевантни въпроси могат да потърсят консултации и родители. Националната телефонна линия за деца 116 111 е инструмент, чрез който всяко дете или възрастен може да съобщи тревожна информация за дете, което е жертва на насилие или е в ситуация, застрашаваща живота, здравето и развитието му.

За да може линията да издържа на по-голямо натоварване и да бъдат приемани максимален брой позвънявания, през 2020 г. беше изграден изцяло нов софтуер за управление на Центъра за обаждания. Това стана възможно благодарение на партньорството на Vivacom и Държавна агенция за закрила на детето.

Новият софтуер, който беше внедрен, позволява лесно пренасочване на обажданията на националната телефонна линия за деца към спешен номер 112 и районите полицейски управления на МВР, отделите за „Закрила на детето“ и други институции, без това да прекъсва работата на консултантите.

Цялото решение функционира във високозащитена среда – от облачно-базираната сървърна среда, предоставена от Vivacom, до работните места на консултантите. Новият софтуер генерира различни справки и статистики на обажданията, което повишава ефективността на реакцията. Националната телефонна линия за деца 116 111 осигурява пълна защита на данните и гарантира анонимност на обажданията. На нея децата получават психологическа подкрепа, а възрастните могат да открият информация и консултация за наличните социални услуги в общността, съвети по отношение на взаимоотношенията между деца и родители, както и за наличните ресурси за помощ и подкрепа на деца и семейства в риск.

2.6 ДИНАМИЧНИ

- Още от първия ден на обявеното извънредно положение компанията предприе редица мерки, за да обезпечи сигурността на своите служители, клиенти и партньори, без да нарушава високите си стандарти за предоставяне на телеком услуги и обслужване на потребителите.
- За всички предприети действия Vivacom получи отличие на официалната церемония по връчване на „Годишни национални награди по безопасност и здраве при работа – 2020“.
- Национално представително проучване показва, че Vivacom отбелязва най-висок Net Promoter Score спрямо своите основни конкуренти за всички изследвани фиксирани услуги – телевизия, домашен интернет, както и услугите в пакет.
- По отношение на мобилните услуги Vivacom е с водеща позиция по Net Promoter Score показателя спрямо другия основен телеком на пазара, предлагащ всички фиксирани и мобилни услуги:
 - Мобилни услуги: 56 пункта
 - Домашен интернет: 71 пункта
 - Телевизия: 74 пункта
 - Пакетни услуги: 72 пункта
- По отношение на разпознаваемостта на бранда Vivacom показва отлични резултати – това е най-спонтанно посочваният бранд при запитване за доставчик на мобилни, интернет и ТВ услуги.

2.6.1 Бърза промяна на работната среда и мерки за сигурност за служителите



Грижата за здравето и сигурността на служителите е един от водещите приоритети в управлението на човешките ресурси във Vivascom. Потетият от компанията ангажимент за създаване на добри условия на труд и оптимална безопасност е деклариран в нашата „Корпоративна политика за здраве и безопасност при работа“. Компанията е сертифицирана и прилага изискванията на стандарт по ISO 45001:2018 „Системи за управление на здравето и безопасността при работа“, като през 2020 г. сертификатът е защитен успешно пред външни одитори.

Специфичната ни дейност, свързана с изграждане и поддържане на сериозна технологична инфраструктура, налага определена част от служителите да работят в условия на риск. Оценявайки рисковете за здравето и безопасността при работа, прилагаме превантивен подход при реализирането на всички проекти.

За да намалим опасностите при извършване на работните задачи, осигуряваме лични предпазни средства, специално работно облекло и специализирани обучения.

През 2020 г. безспорно най-голямото предизвикателство беше превенцията на COVID-19. В компанията са заети повече от 5 000 души, с различна специфика на работната среда, локация и вид на дейност. Голяма част от тях контактуват директно с клиенти, което в създалата се ситуация носи допълнителен риск.

Компанията предприе редица мерки, в синхрон с предписанията на отговорните държавни институции, за да обезпечи сигурността на своите служители, клиенти и партньори, без да нарушава високите си стандарти за предоставяне на телеком услуги и обслужване на потребителите.

Още с обявяването на извънредно положение в цялата страна на 13.03.2020 г. всички служители, за които това е възможно, преминаха в дистанционен режим на работа от домовете си. За целта им беше подсигуриран отдалечен достъп до служебните системи, така че да продължат да изпълняват функциите си безпроблемно. Успешната трансформация беше възможна благодарение на сериозна вътрешна работа за обезпечаване на системите и процесите в компанията. Тя се случи бързо и адекватно, благодарение на това, че в последните години компанията премина през значителна модернизация и процес на дигитализация.

За функциите, при които не е възможна работа от разстояние, бяха въведени нови графици, с цел намаляване броя работещи хора на едно място. Беше осигурена необходимата дистанция между работните места; всички офиси, магазини и помещения бяха снабдени с дезинфектанти и предпазни средства. На служителите бяха осигурени лични предпазни средства като маски и ръкавици. Всички срещи и обучения преминаха в онлайн среда.

Магазините на компанията продължиха да работят при прилагане на най-строги мерки за безопасност и с намалено работно време за периодите, в които се налагаше. Бяха изградени предпазни прегради на гишетата за обслужване на клиенти, а самите търговски помещения се дезинфектираха по график.

През целия период на извънредното положение и последвалата извънредна епидемична ситуация компанията следеше внимателно информацията за актуалната обстановка в страната, разпространението на вируса и наложените мерки за превенция. Мениджмънтът беше активно ангажиран в специално създаден щаб за изготвяне и прилагане на стратегия за действие в динамично променящата се среда. Мерките се актуализираха своевременно, така че да осигурят възможно най-добра защита към съответния момент. Проведе се и информационна кампания за ограничаване разпространението на вируса. Засилено беше вниманието не само към физическото, но и към психичното здраве на служителите.

За реализираните инициативи, свързани с превенцията и опазване на здравето на служителите и техните семейства в условията на COVID-19, компанията беше отличена и получи специална награда на официалната церемония по връчване на „Годишни национални награди по безопасност и здраве при работа – 2020“. Наградата е учредена от фондация Център за безопасност и здраве при работа и се провежда с официалната подкрепа на Министерство на труда и социалната политика, Министерство на здравеопазването, ИА Главна инспекция по труда и синдикални организации.



2.6.2 Пазар – позициониране на Vivacom

Провеждането на регулярни пазарни проучвания е задължителна практика за всяка компания, която цели не само да познава нагласите и очакванията на своите потребители, но и тяхното възприятие за бранда и услугите ѝ.

В периода септември-октомври 2020 г. Vivacom проведе количествено, национално-представително проучване с потребители над 16-годишна възраст, засягащо пазара на телекомуникационни услуги в България.

Показателят Net promoter score се счита за един от най-важните при измерването на кли-

ентски нагласи. Той показва в каква степен потребителите биха препоръчали продуктите и услугите на дадена компания. Vivacom отбелязва най-висок Net promoter score спрямо своите основни конкуренти за всички фиксирани услуги, част от проучването – телевизия, домашен интернет, както и пакетни услуги. По отношение на мобилните услуги компанията е с водеща позиция по Net promoter score показателя спрямо другия основен телеком на пазара, предлагащ всички фиксирани и мобилни услуги.



По отношение разпознаваемостта на бранда Vivacom показва отлични резултати – това е брандът с най-голям брой спонтанни посочвания при запитване за доставчик на мобилни, интернет и ТВ услуги.

Проучването показва също, че компанията има изграден ясен и консистентен имидж на предлагащата най-добрата мрежа, най-добрия фиксиран и мобилен интернет и най-доброто клиентско обслужване като цяло.

В сегмента на мобилните услуги Vivacom заема първо място при запитване за най-добър оператор или оператор, който потребителят би избрал в момента. Това е и най-малко отхвърленият оператор при задаване на въпроса: „Кой оператор не бихте избрали никога или бихте казали, че е най-лошият оператор?“.

Според проучването най-важните условия за избор на мобилен оператор са покритието и качеството на мрежата, както и цената на мобилната услуга. Тези три определящи фактора са посочени от над 90% от потребителите на мобилни услуги.

Vivacom е най-предпочитаният доставчик и за интернет у дома сред анкетиранияте, а значителна част от тях биха избрали и пакетни услуги от него. Водещите фактори за потребителите, когато избират доставчик на фиксирани услуги, са цялостното качество на услугата, интернет скоростта, качеството на телевизионните канали и, разбира се, атрактивните цени на предлаганите планове.

¹Проучването е реализирано по поръчка на Vivacom от агенция Kantar. Изследването е национално и регионално представително (за всяка от 28-те области в страната) за населението на възраст 16+ години. Използвани са два метода за събиране на данни: F2F интервю (40%) и онлайн анкета (60% от извадката). Интервюирани са общо 11 835 респонденти в периода септември-октомври 2020 г.

2.7 ОТГОВОРНИ

- Vivascom стартира своята инициатива под наслов #Оставамкъщи, с която предостави на клиентите си редица безплатни телеком услуги за по-лесно справяне с периода на извънредното положение:

- 10 000 MB на максимална скорост, по 2 000 MB всеки уикенд и 2 000 MB при плащане на сметката през MyVIVACOM за абонатите на мобилни услуги
- 10 000 MB за клиентите на услугата Mobix
- Удвоени мегабайти за плановете за мобилен интернет i-Traffic, без промяна на месечната такса за целия срок на договора
- Допълнителни 300 национални минути към всички социални фиксирани гласови тарифи и към плановете Инвалиди 160 и Инвалиди 300, създадени специално за хора в неравностойно положение
- 300 минути бонус към абонаментен план VIVAFIX Special
- Отключване на над 145 ТВ канала за сателитната и над 230 за интерактивната телевизия за всички абонати за периода на извънредното положение
- Увеличаване на скоростта на оптичния интернет до 500 Mbps за всичките клиенти на VIVACOM FiberNet за срока на извънредното положение

- Vivascom и United Group дариха 900 000 лв. на Министерството на здравеопазването за овладяване на зараждащата се епидемия в България.
- Компанията дари сумата на първите месечни такси за всички нови активирани абонаменти услуги през месец април за подпомагане на лечебните заведения и българските медици в борбата срещу COVID-19. А за всички услуги, които са активирани онлайн за същия период, дари сумата на удвоената месечна такса. Общото дарение на апаратура и финансови средства беше в общ размер на 300 000 лв., разпределено към три болници в България.
- Vivascom дари 500 таблета на Министерството на образованието и науката за нуждите на дистанционното обучение
- Стартирахме партньорство с Държавната агенция за закрила на детето за изграждане на изцяло нов софтуер за управление на Националната телефонна линия за деца 116 111, на която те могат да получат психологическа подкрепа от професионалисти с опит. На линията се приемат и сигнали за деца, жертва на насилие или намиращи се в застрашаваща ситуация.

¹Проучването е реализирано по поръчка на Vivascom от агенция Kantar. Изследването е национално и регионално представително (за всяка от 28-те области в страната) за населението на възраст 16+ години. Използвани са два метода за събиране на данни: F2F интервю (40%) и онлайн анкета (60% от извадката). Интервюирани са общо 11 835 респонденти в периода септември-октомври 2020 г.

2.7.1 Кампания #Оставамвкъщи с допълнителни безплатни услуги за клиенти на Vivacom



Клиентите на услугата Mobix също получиха по 10 000 MB, а допълнителните пакети към услугата за периода на извънредното положение се предлагат с двойно повече включени мегабайти на същата цена. Подобна инициатива реализирахме и за плановите за мобилен интернет i-Traffic, към които бяха включени удвоени мегабайти без промяна на месечната такса за целия срок на договора, не само до края на извънредното положение.

Още с обявяването на извънредното положение в страната на 13.03.2020 г. Vivacom стартира своята инициатива под наслов #Оставамвкъщи. С нея телекомът целеше не само да призове своите потребители да останат в домовете си и да ограничат социалните си контакти в изпълнение на препоръките на държавните институции, но и да им предостави още повече възможности да останат свързани със света, макар и от дистанция. Като отговорна компания, която поставя грижата за клиентите във фокуса на своята дейност, Vivacom осигури редица допълнителни безплатни телеком услуги за комуникация, работа и забавление, които да облекчат трудния период на изолация и адаптиране към новите условия.

Още от първия работен ден на извънредното положение, когато хиляди хора останаха вкъщи и преминаха към дистанционен режим на работа и обучение, компанията осигури на абонатите си на мобилни услуги допълнителни 10 000 MB на максимална скорост, по 2 000 MB всеки уикенд и 2 000 MB при плащане на сметката през приложението My VIVACOM.

Като социално-отговорна компания Vivacom обърна специално внимание на потребителите си в неравностойно положение, които имаха особена нужда от подкрепа в условията на принудителна изолация по време на извънредното положение. Предоставихме допълнително 300 национални минути към всички социални фиксирани гласови тарифи. Бонус минутите бяха добавени и към планове Инвалиди 160 и Инвалиди 300, създадени специално за хора в неравностойно положение. Допълнителни минути имаше и към Ограничен план, предназначен за хора, включени в програма за социално подпомагане. Клиентите с абонаментен план VIVAFIX Special също получиха бонус от 300 минути. Вярваме, че тези допълнителни минути са дали възможност на най-уязвимите членове на обществото да поддържат контакт със своите близки и да избегнат риска за здравето си.

За да останат потребителите ни добре информирани, както и да имат повече разнообразие и възможности за забавление у дома, за периода на извънредното

положение осигурихме много повече канали на телевизионните си абонати – над 145 за сателитната и над 230 за интерактивната телевизия. За клиентите на интерактивна телевизия предложихме и безплатен достъп до редица допълнителни медийни услуги с богато филмово и детско съдържание като филмовия пакет MAXI, Disney English, Nickelodeon On Demand, Disney On Demand, Hustler On Demand, Discovery On Demand и други. Това стана възможно и благодарение на нашите партньори – създатели на телевизионно и филмово съдържание, които ни подкрепиха в тази социално и общественно-отговорна инициатива.

В условията на дистанционна работа и обучение отчетохме нуждата клиентите ни от по-високи скорости на интернет у дома, необходими за нормалното протичане на ежедневните задачи в новата реалност. В резултат на това мениджмънтът на компанията все решение да увеличи скоростта на оптичния интернет до 500 Mbps за всички клиенти на VIVACOM FiberNet за срока на извънредното положение. Така дори потребители на планове с по-ниска скорост успяха да ползват по-бърза връзка с глобалната мрежа за работа и обучение от вкъщи, при наличие на техническа възможност. Увеличаването на скоростта беше направено автоматично, без нужда потребителите да го заявяват или да предприемат някакви специални действия. То обхвана всички 27 града, в които компанията имаше изградена оптична мрежа към онзи момент (Благоевград, Бургас, Варна, Видин, Враца, Добрич, Дупница, Казанлък, Кърджали, Пазарджик, Перник, Плевен, Пловдив, Силистра, Сливен, Смолян, София, Стара Загора, Своге, Търговище, Шумен, Ямбол, Банско, Велико Търново, Разград, Русе и Хасково).

В допълнение потребителите на домашен интернет VIVACOM Net в още над 150 по-малки населени места с мрежа, изградена по архитектурата FTTC (Fiber to the Curb), също се възползваха от по-висока интернет скорост – до 100 Mbps, при наличие на техническа възможност.

Така както нашата компания даде възможност на голяма част от служителите си да работят дистанционно, искахме да подкрепим и стимулираме и други организации да оборудват екипите си с необходимите устройства и условия за работа от дома. Направихме специални нови оферти за корпоративните ни клиенти с популярното вече име Home office. Те даваха различни възможности за интернет връзка и време за разговори, и по-важното – включени в месечната такса устройства като таблети, лаптопи и WiFi рутери. С ясното разбиране, че периодът е труден от финансова гледна точка за много бизнеси, направихме офертата гъвкава и адаптивна. Предложихме също организиране на аудио конференции чрез специално приложение, без допълнителни такси към плана.

Като част от инициативата #Оставамвкъщи Vivacom апелира към своите клиенти да ограничат максимално физическите си контакти и да управляват всички свои услуги през дигиталните канали на компанията. За максимално удобство на потребителите през онлайн магазина www.vivacom.bg беше осигурена възможност за преподписване на договор за мобилни гласови услуги, както и за закупуване на устройство с безплатна доставка.

Заявяването на нови фиксирани услуги – телевизия и интернет – беше организирано чрез обаждане на краткия номер 123 или 087 123, а преподписването на тези услуги ставаше на номер 0875 314003.

Компанията стимулира потребителите да използват и дигиталния ѝ портфейл Pay by VIVACOM за ограничаване на контакта с банкноти, монети, карти и ПОС терминали. За целта клиентите, регистрирали се с мобилен номер от мрежата на Vivacom, както и абонати на фиксирани услуги на гласови мобилни услуги, получиха достъп до план STANDART, без да заплащат месечна такса до 31.12.2021 г. Кампанията #Оставамвкъщи продължи за целия период на извънредно положение в страната.

2.7.2 Дарения за системата на здравеопазването

Vivacom следва дългогодишна стратегия за социално-отговорна политика, чрез която подкрепя разнообразни инициативи в полза на обществото. Компанията стои твърдо зад убеждението, че подпомагането на значими кампании е не просто механизъм за изграждане на добър имидж, а възплъщение на корпоративната ѝ мисия и идентичност. В центъра на усилията ни стои създаването на споделена добавена стойност, на позитивна промяна и на устойчивост в обществото.

Стремешът ни винаги е бил да подкрепяме социални проекти в онези сфери, в които е най-необходима помощ към дадения момент. През 2020 г. безспорно това беше системата на здравеопазването и борбата с разпространението на Covid-19. Още в края на месец март Vivacom и United Group дариха 900 000 лв. на Министерството на здравеопазването за овладяване на зараждащата се епидемия в България. Средствата бяха предвидени за покриване на най-належащите нужди на болниците, работещи на първа линия в битката с вируса. Така компанията ни се нареди сред най-големите корпоративни дарители, проявили солидарност в тежката здравна ситуация.

През следващия месец Vivacom продължи инициативите си за подпомагане на медицинската общност в овладяването на усложняващата се ситуация в цялата страна. Компанията стимулира и своите потребители да подкрепят каузата, като обяви, че ще дари

сумата от първите месечни такси за всички нови активирани абонаменти услуги през месец април за подпомагане на лечебните заведения и българските медици в борбата срещу Covid-19. А за всички услуги, които бяха активирани онлайн за същия период, Vivacom пое ангажимента да дари сумата на удвоената месечна такса. Така, с помощта на нашите клиенти, успяхме да дарим апаратура и финансови средства на обща стойност от 300 000 лв. на три болници в България. Университетската многопрофилна болница за активно лечение „Д-р Георги Странски“ – Плевен и МБАЛ – Благоевград получиха финансови дарения в размер на по 100 000 лв., а Университетската многопрофилна болница за активно лечение „Света Анна“ в гр. София получи дарение на обща стойност от 100 000 лв., като част от него беше модерен дезинфекциращ робот, който се движи автономно и използва иновативната система за почистване „dry fog“.

Vivacom даде на потребителите си още една възможност да допринесат за борбата с разпространение на пандемията, като обяви, че ще дари на Министерство на здравеопазването и 1% от сумата на всяко плащане, направено с дигиталния портфейл Pay by VIVACOM през април. Стази инициатива компанията стимулира и клиентите си да извършват повече дигитални плащания и така да ограничат контактите си с физически парични средства, карти и ПОС терминали.

#ОставамВкъщи

ДАРИХМЕ
900 000 лв.
НА МИНИСТЕРСТВОТО НА
ЗДРАВЕОПАЗВАНЕТО

VIVACOM

UNITED GROUP



2.7.3 Подкрепа за образованието

Сферата на образованието също се изправи пред сериозни затруднения във връзка с наложените противоепидемични мерки през 2020 г. Преминаването на цялата система към дистанционен режим на обучение в изключително кратък срок постави на изпитание както семействата на учениците, така и самите училища и учители. Обезпечаването на образователния процес с дигитални устройства и осигуряването на стабилна интернет връзка се превърнаха във водещ приоритет, като в този ключов момент за продължаване на занятията и завършване на учебната година Vivacom дари 500 таблета на Министерството на образованието и науката за нуждите на дистанционното обучение.

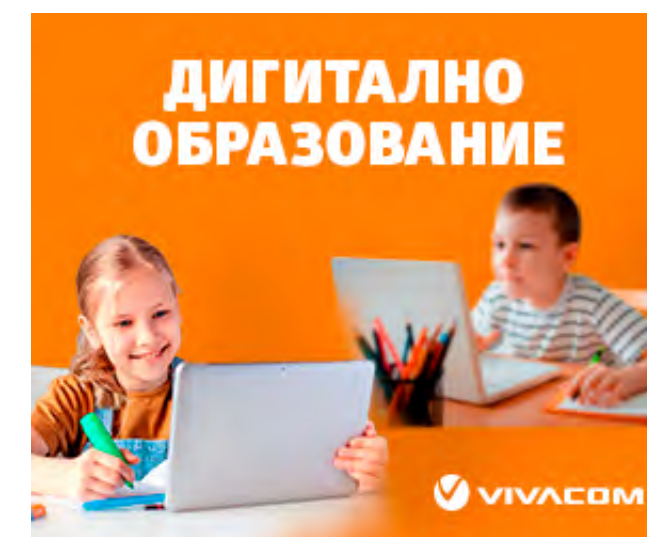
Образованието винаги е било в центъра на социално-отговорната политика на компанията ни, а дигитализацията на учебния процес и адекватното използване на технологиите в него са кауза, която през последните четири години популяризираме чрез инициативата „Образование 4.0“. Именно в неочакваната и екстремна пандемична обстановка дигитализацията демонстрира своята важност и потенциал, както и необходимостта от развитие на образованието в тази посока. Благодарение на новите технологии и методи за преподаване учебната година приключи успешно в условията на постоянно променяща се среда – между присъствено и непряко обучение.

Освен дарените на Министерство на образованието и науката таблети, помогнахме на много деца от малцинствени групи или в нужда да получат достъп до устройства, с помощта на които да учат. Поддържахме връзка с редица организации с нестопанска цел, на които предоставихме изключително преференциална цена за таблети и лаптопи – на доставните към нас цени. Те от своя страна успяха своевременно да ги дарят на нуждаещите се ученици.

През 2020 г. Vivacom успешно се включваме като доставчик по част от Националните програми, финансирани от МОН, в това число и изграждане на WiFi мрежи в училища.

В периода на извънредното положение получихме множество сигнали от директори на училища в малки населени места, в които имаше деца без телекомуникационна свързаност. На тях дарихме безвъзмездно, за наша сметка, системи за сателитен достъп до интернет.

Наред с даренията в подкрепа на образованието, адаптирахме и портфолиото си от услуги, които предлагаме на учебните заведения. Осъзнавайки нуждата от адекватни решения за системата за обучение в новата обстановка, бързо организирахме адаптирани промоционални условия и продукти, които да дадат възможност учителите и учениците да продължат в дигитална среда образователния процес. В рамките на абонамента предоставяхме и възможност за придобиване на таблет или лаптоп на изплащане. Успяхме да осигурим над 1 200 допълнителни оптични кабели за достъп до интернет на учители, които преди това нямаша връзка с такава висока скорост.



3 ПРИЛОЖЕНИЯ

3.1 Ключови показатели за изпълнение

ИНДИКАТОРИ ПО ЗНАЧИМИ ТЕМИ	МЕРНА ЕДИНИЦА	2019	2020
ИКОНОМИЧЕСКИ			
Общи приходи	хил. лв.	993 213	1 022 765
Оперативни разходи	хил. лв.	556 037	590 487
Банкови лихви	хил. лв.	42 992	54 753
Капиталови разходи	хил. лв.	205 340	199 822
Дивиденди	хил. лв.	11 904	72 980
Разходи за заплати	хил. лв.	111 410	135 600
ПОТРЕБЛЕНИЕ НА ЕЛЕКТРИЧЕСТВО			
Общо	kBч	150 342 948	154 966 652
Мобилна мрежа	kBч	52 467 246	56 109 418
Фиксирана мрежа	kBч	66 628 376	66 922 781
Магазини	kBч	5 942 718	5 459 830
Офиси (в т.ч. Корпоративни продажби)	kBч	3 407 854	3 544 261
НУРТС	kBч	21 896 752	22 930 363
ОТОПЛЕНИЕ			
Офиси	MBч	2 583	2 567
Магазини	MBч	340	407
ГОРИВА			
Дизел за отопление	литри	1 906	900
Дизел за производство на електроенергия	литри	170 377	195 474
АВТОПАРК			
Дизелови автомобили	литри	1 572 588	1 381 939
Бензинови автомобили	литри	377 494	270 666
Автомобили с газови системи	литри	2 692	0
ХЛАДИЛНИ АГЕНТИ			
R407C	kg	194	212
R410	kg	116	86
ОТПАДЪЦИ			
Акумулатори	тонове	290	231
Кабели	тонове	956	418
Телеком оборудване	тонове	257	336
ТРУДОВИ ПРАКТИКИ			
Брой служители (жени)	брой	2 278	2 247
Брой служители (мъже)	брой	2 831	2 798

ИНДИКАТОРИ ПО ЗНАЧИМИ ТЕМИ	МЕРНА ЕДИНИЦА	2019	2020
ТРУДОВИ ПРАКТИКИ			
Брой служители с безсрочен или постоянен договор (жени)	брой	2 124	2 102
Брой служители с безсрочен или постоянен договор (мъже)	брой	2 767	2 726
Брой служители с временен договор или договор с фиксиран период (жени)	брой	154	145
Брой служители с временен договор или договор с фиксиран период (мъже)	брой	64	72
Брой служители на пълно работно време (мъже)	брой	2 826	2 794
Брой служители на пълно работно време (жени)	брой	2 267	2 239
Брой служители на непълно работно време (жени)	брой	5	4
Брой служители на непълно работно време (мъже)	брой	11	8
Брой членове на управления екип	брой	9	6
Категория: Нискоквалифициран персонал	брой	9	11
Категория: Средноквалифициран персонал	брой	2 557	2 505
Категория: Ръководител екипи	брой	462	462
Категория: Менеджъри	брой	157	164
Категория: Менеджъри на високо управленско ниво	брой	74	78
Служители на колективни трудови договори	%	65	67
Текущество на служителите	%	15	10
Средна възраст на служителите	години	40	41
Стажанти, останали на работа в компанията (% от общия брой стажанти)	брой	30	28
Брой фатални инциденти	брой	1	0
Инциденти, довели до отсъствие от работа повече от 6 месеца	брой	0	0
Брой инциденти, довели до отсъствие от работа повече от 3 дни	брой	4	5
Инциденти, довели до прехвърляне на друго работно място	брой	0	0
Инциденти, довели до провеждане на медицинско лечение, различно от оказване на първа помощ	брой	4	5
Инциденти, довели до загуба на съзнание	брой	0	0
Изгубени календарни дни поради инциденти	брой	307	235
Инциденти на дискриминация	%	0	0
Изработени часове	брой	8 488 776	8 183 145
Процент на служителите редовно получаващи оценки за своето представяне и професионално развитие	%	100	100
Служители на колективни трудови договори	%	65	67

Източник: Консолидирани данни за БТК и дружествата от групата

3. ПРИЛОЖЕНИЯ

3.2 Членства

Членства

- АИКБ – Асоциация на индустриалния капитал в България
- AmCham – Американска търговска камара
- Асоциация GSM
- АСТЕЛ – Асоциация „Телекомуникации“
- БАИТ – Българска асоциация по информационни технологии
- БАККО – Българска асоциация на кабелните и комуникационните оператори
- БДВО – Българско дружество за връзки с обществеността
- БДФ – Български дарителски форум
- БФБЛ – Български форум на бизнес лидерите
- Германо-българска индустриално-търговска камара
- GSMA
- DE-CIX Management GmbH
- ЕТНО – Европейска асоциация на телекомуникационните оператори
- Интерспутник – международна организация за космически комуникации
- Италианска търговска камара в България
- КРИБ – Конфедерация на работодателите и индустриалците в България
- Plesk International GmbH
- RIPE NCC
- Световна телепорт асоциация
- Сдружение Българска асоциация за управление на хора
- Сдружение Българо-скандинавска търговска камара
- Съвет на жените в бизнеса в България
- ТЕРАПРО – Сдружение за защита на легалното разпространение на програми

3.3 Сертифициране и стандарти

Интегрираната система за управление на VIVACOM е сертифицирана и непрекъснато поддържана в съответствие с изискванията на международните стандарти:

- ISO 9001:2015 „Системи за управление на качеството“,
- ISO 14001:2015 „Системи за управление по отношение на околната среда“ и BS OHSAS 18001:2007 „Системи за управление на здравето и безопасността при работа“ с обхват:
„Предоставяне на електронни съобщителни услуги чрез фиксирана и/или мобилна мрежа по стандарти GSM, UMTS и LTE, в т.ч. фиксирана гласова услуга, мобилна гласова услуга, телевизия, фиксиран достъп до интернет, мобилен достъп до интернет, пренос и предаване на данни, предоставяне на преносна среда, колокиране и комплексни технически решения. Разработване и внедряване на софтуер, разработване и внедряване на интегрирани решения и ИТ одит, включително доставка, инсталиране, тестване и внедряване на системи за електронно наблюдение, изграждане на цялостна платформа, включваща хардуер и софтуер, поддържащо обучение за инсталиране и диагностика, консумативи, гаранционна поддръжка и обучение на персонала за работа със системите“.
- ISO/IEC 27001:2013 „Системи за управление на сигурността на информацията“ с обхват: „Централно управление, Център за данни – Хайдушка поляна и Център за данни – Каспичан“.
- ISO/IEC 20000-1:2011 „Системи за управление на информационни услуги – част 1: изисквания относно системата за управление на услуги“ с обхват: „Предоставяне на електронни съобщителни услуги и ИТ услуги в съответствие с каталог на услугите на бизнес клиенти“.
- Телепорт „Плана“ притежава Tier 3 сертификат от Световната телепорт асоциация.



3.4 Речник на термините и дефинициите

2G, 3G, 4G и 4.5G

Буквата „G“ в наименованието означава генерация безжични технологии. Всяка следваща генерация предполага по-бърз, сигурен и надежден начин за пренос на данни.

5G

Пето поколение технология за мобилни мрежи. 5G се характеризира с много по-високи скорости за мобилен интернет, по-голям капацитет и много по-ниско времезакъснение (латенция) в сравнение с предходните технологии.

EBITDA

Оперативна печалба: приходи преди данъци, такси, лихви и амортизация.

EVS (Enhanced Voice Services)

Технология, която подобрява цялостното качество на гласовите повиквания, специално разработена за VoLTE услугата. Осигурява звук с качество, съизмеримо на това при всички съвременни озвучителни техники. Чрез нея се чуват по-ясно всички звуци в телефонния разговор, както речта на хората, така и фонова музика, странични шумове и т.н.

FTTx

Fiber to the x (FTTx) е общ термин за всяка широколентова мрежова архитектура, ползваща оптични влакна, за да се осигури свързаност до дома.

FTTC

Fiber to the Curb

GSM/GPRS/EDGE и UMTS/HSPA+/LTE технологии

Различни стандарти за пренос на данни, които са забележими за потребителя на мобилен телефон предимно в различната скорост на трансфер на данни.

Head-end

Контролен център на телевизионна система, който приема и разпределя сигнали.

HLR

Регистърът на местоположението на домакинствата (HLR) е централна база данни, съдържаща информация за всеки мобилен абонат, който е упълномощен да използва централната GSM мрежа.

ICT

Информационна и Комуникационна Технология (ИКТ) е конвергенция на аудио-визуални и телефонни мрежи с компютърни мрежи чрез единно окабеляване или линк система.

IPTV

Телевизията през интернет протокол (IPTV) е доставката на телевизионно съдържание с помощта на сигнали на базата на логически Интернет протокол (IP), а не чрез традиционните наземни, сателитни и кабелни телевизионни формати.

ITIL

ITIL осигурява рамка от добри практики за управление на ИТ услуги. Тя се фокусира върху непрекъснатото измерване и подобряване качеството на доставените ИТ услуги, едновременно от гледната точка на бизнеса и на клиента.

IoT (Internet of things)

Интернет на нещата – цялостна концепция за много на брой свързани устройства, които обменят данни помежду си, използвайки различни технологии и телекомуникационни мрежи.

KPI

Ключов показател за ефективност – система за оценяване, която помага на организацията да определи степента на достигане на своите стратегически цели.

LoRa

LoRaWAN™ е спецификация за мрежа с ниска мощност с широк обхват (Low Power Wide Area Network – LPWAN), предназначена за безжична работа, захранвана от батерии и с обекти в регионална, национална или глобална мрежа. LoRaWAN е насочена към ключови изисквания на Интернет на нещата, като сигурни услуги за двупосочна комуникация, мобилност и локализация.

Значима тема

Тема, която отразява значими икономически, екологични и социални въздействия на отчетната организация; или такава, която съществено влияе на оценките и решенията на заинтересованите страни.

M2M

Machine-to-Machine – автоматичен обмен на информация между машини и устройства.

Mbps (Мегабита в секунда)

Mbps е единица за измерване на скорост на трансфер на данни по мрежа. 1 Mbps се равнява на 1 000 000 бита в секунда.

NGN

Next Generation Network е отворена, базирана на стандарти инфраструктура, способна ефективно да поддържа широк спектър от приложения и услуги.

OSS

Operational Support System – група от компютърни програми или ИТ системи, използвана от телеком компаниите за мониторинг, анализ, контрол и управление на мрежата.

SLA

Споразумение за ниво на обслужване (SLA) е споразумение между две или повече страни, където едната е клиентът, а другите са доставчици на услуги. Това може да бъде правнообвързващ формален или неформален „договор“.

SRAN (Single RAN)

Единичната мрежа за радио достъп (Single Radio Access Network – SRAN) позволява на мобилните телекомуникационни оператори да поддържат множество мобилни комуникационни стандарти и безжични телефонни услуги на една мрежа.

Заинтересована страна

Организация или физическо лице, за които може да се очаква да бъдат сериозно засегнати от дейността на докладващата организация, нейните продукти и услуги или чиито действия може да се очаква да повлияят на способността на организацията да приложи успешно своите стратегии и да постигне целите си.

TCO

Обща цена на притежание (Total Cost of Ownership – TCO) – финансов модел, който има за цел да помогне на купувачите и собствениците да определят преките и непреки разходи за даден продукт или система.

TDM

Мултиплексирание по време (Time-Division Multiplexing – TDM) е предаване на информация чрез последователно, циклично редуване в една линия на цифрови сигнали от няколко различни съобщителни канала.

Верига за създаване на стойност

Веригата за създаване на стойност в организацията обхваща дейностите, които превръщат вложени материали или усилия в продукти, добавящи стойност. Включва други организации, с които тя има директни или индиректни бизнес взаимоотношения и които: (а) или доставят продукти и услуги, допринасящи към собствените продукти и услуги на организацията; (б) или получават продукти или услуги от организацията.

Тема, която отразява значими икономически, екологични и социални въздействия на отчетната организация; или такава, която съществено влияе на оценките и решенията на заинтересованите страни.

VDSL

Цифрова (дигитална) линия с висока скорост на предаване на информация през медна мрежа.

VoLTE (Voice over LTE) или 4G Voice

Технология за провеждане на разговори през 4G мрежата.

Voice over Wi-Fi

Технология за провеждане на разговори през Wi-Fi мрежи.

ZB (зетабайт)

Мерна единица за количество информация. 1 зетабайт е равен на трилион гигабайта.

VIVACOM

ГОДИШЕН 20
ДОКЛАД 20