

⊕ **Десислава и Васил Чикови** отдавна са затворили годишното отглеждане на няколко кг шафран с производство на козметична ЛИНИЯ | снимка Цветелина Белутова

Годината е 2015. Десислава и Васил Чикови са млади хора, които живеят в София, тя работи в банка, а той - в сферата на строителството. Чиков обаче има наследствени земи от дядо си, които до този момент не се използват. Въпреки че нямат опит в сферата на земеделието, те решават да променят това, като засядат шафранов минзухар.

Двамата започват в период, в който все още малко хора в България отглеждат шафран. Семействата им са учудени „как така изведнъж ще ставаме земеделци“, спомня си Десислава Чикова, а в началото често им се налага да припомнят на хората какво точно е шафрановият минзухар. Те самите обаче бързо се запознават с полезните свойства на шафрана. Освен в кулинарията той има широко приложение и в козметиката, благодарение на антиоксидантното си действие и способността да предпазва кожата от вредните въздействия на околната среда, в това число UV лъчи, както и да я защитава от преждевременно стареене. Засяждат половин декар, следват втора и трета реколта. И така до днес, когато имат 10 дка насаждения и отдавна са затворили цикъла на отглеждане с производство. Техните усилия си имат и име - Saff Beauty, дамски козметичен бранд, който предлага продукти за грижа за лицето. А амбициите им включват още продукти и надхвърлят териториалните граници на страната.

Минзухарите на Труговец Изборът на локация е предначертан - с Труговец, на 70 км от София, между Ботевград и Плевен. Шафранът обаче се появява случайно. Двамата започват да се интересуват и растението бързо ги впечатлява, като впоследствие разбират и че е с



//ПРОИЗВОДСТВО

Козметика от шафранените полета на Труговец

⊕ **Десислава и Васил Чикови** се заемат с отглеждане на минзухари, за да използват наследствени земи.

⊕ **Качествата на шафрана** обаче ги карат да развият козметични продукти, които предлагат под бранда Saff Beauty.

⊕ **Продажбите бързо растат**, а в плана е да излязат и на чужди пазари.

автор

Наталья Бекярова | natalia.bekyarova@capital.bg

добри цикли на отглеждане и вирее добре в България.

Единствената инвестиция, която правят първоначално, е в посадъчен материал. Купуват около 10 хил. луковичи от Холандия (всяка по 30 - 40 ст.). Оттогава не са купували повторно. „През 3 години си засаждаме луковичите, защото те се размножават - ти сядиш една и след 3 години е станал цял сноп с 20 - 30 луковички и трябва да се разделят, за да могат да дишат и да растат“, обяснява Десислава Чикова.

Растението не е капризно.

Но пък събирането му е трудоемко, тъй като изисква много ръчен труд, и то в ограничен период от време - за около 2-3

седмичи. „Има години, в които вали дъжд, после изгрява слънце и се стопля октомври месец. Той си изгъфтява за няколко дни и е много трудно да се смогне, колкото и хора и ръце да има, пак е необходим денонощен труд, за да може да се събере от нивата и да се почистят шафрановите нишки от останалото цветче“, обяснява Чикова. Те разчитат на сезонни работници, намирането на които не е лесно, тъй като по същото време се прибират и други култури.

Експерименти и проучвания

След първата реколта сами установяват добрия състав на шафрана, който го прави под-

ходящ освен за кулинарията за хранителни добавки, козметика и дори медицина. „Започнахме да правим по-активно проучвания в тази посока - как да го използваме в козметична насока и да създадем серия с него“, разказва Чикова.

В този период тя е в майчинство и има време да експериментира - със сапуни от шафран. Бързо обаче се отказва, защото „сапунът минава специален химичен процес и се губят ползите на шафрана“, а целта ѝ е да намери нещо, в което да използва силата на растението. Нещо повече, „шафранът е много скъпа суровина и не си струва да се губи“, категорична е тя.

Въпреки че в началото всичко е хоби, тя осъзнава, че ползите на шафрана трябва да видят бял свят под някаква форма. „В България се отглеждат страшно много растения. Срамно е да произвеждаме и да продаваме суровини и после да ги връщаме като готов продукт“, смята Чикова.

Така още в началото решават да затворят цикъла на производство и днес го определят като



правилно. „Когато видиш цената на шафрана и направиш калкулация, излиза много апетитно. Но да намериш реализация на пазарни цени е абсолютно невъзможно - под 1% от всички, които гледат, успяват, защото с нас постоянно се свързват хора, които искат да ни продадат“, разказва Десислава, а с чакането само се губят качествата на шафрана. Към момента те произвеждат точно толкова шафран, колкото им е нужен за козметичните цели, не предлагат и не им се е налагало да купуват, тъй като ежегодното увеличение на добива успява да покрива растежа при козметиката.

Маска, серум, крем

Разработките и проучванията се правят от екипа на бранда, а производството - във външна лаборатория със собствени суровини и опаковки. Намират своя метод за производство - лиофилизацията, „чрез която водата се изпарява и остава 100% сух екстракт, т.е. той не минава през висока термична обработка, алкохолна екстракция или други екстрагенти, които са вредни“, обяснява тя.

Започват с маска за лице, след това се появяват серум и крем. Пускат продуктите си поэтапно, а не наведнъж, „защото искаме да ги изпипаме, не да пуснем нещо само за да е готов маркетингов продукт“, категорична е тя.

Така например повече от година след пускането на последния си продукт сега предстои да лансират нов серум, разработен съвместно с френска компания по тяхна патентована микрофлуидна технология, използвана от световни лидери в бранша. Подобно на другите им продук-

ти и тук присъстват редица активни съставки, а серумът ще е с разнопосочно действие (против пигментация и акне, против признаците на стареене).

За да стигне един продукт до аудиторията на Saff, той изминава дълъг път, разказва Десислава Чикова, като тя е човекът, който го тества. „Аз първо избирам какъв тип продукт искам, после какво усещане и действие да има той. Външен човек не може да създаде продукта за нас от нулата“, обяснява тя. Стараят се опаковките да са съобразени с природата, а засега продажбите на козметични продукти се реализират предимно онлайн.

Въпреки че за момента разчитат на външна лаборатория, „тъй като продуктите все още не са толкова много и искаме да отделяме повече време да следим за качеството и да ги популяризираме, а ние сме малък екип“, създаването на собствено производство е в плановете им за идните години, като то също ще е „свръх зелена енергия и в синхрон с природата“.

Егна пандемия по-късно

Затварянето на границите и прибирането на хората по домовете се оказва ключово за бизнеса на Чикови. Точно преди пандемията те са се насочили към партньорства в Китай, посредством които да започнат да изнасят стока. „Много от хората, с които бяхме установили връзка преди ковид, след това вече не работеха по тези проекти“, разказва Десислава Чикова и днес те започват отново да търсят мястото си на азиатския пазар. Сблъскват се и със забавени срокове, които възпрепятстват производството на даден продукт, но доброто планиране

⊕ **Егин грам шафран** се добива от около 150 - 200 цветчета |

снимка Bukropuo Nuno

и работата с малки партити, при които грешките лесно се отстраняват, им позволяват да избегнат тежки ситуации.

От друга страна обаче, в този момент те тъкмо са набрали инерция покрай изложенията в София и са пуснали 3 нови продукта. „Тогава инфлуенсърите започнаха да показват козметичната линия и общо взето, популяризирането стана органично, не беше търсено“, разказва тя. Започват да развиват по-активно социалните си мрежи и да рекламират своите продукти и резултатите от това не закъсняват - през 2021 г. компанията им „Саф бютти“ постига четирикратно увеличение на продажбите си, които достигат 715 хил. лв., а печалбата е 232 хил. лв. „Оттогава увеличаваме, но с по-бавни темпове. Вярвам, че има още накъде да се развиваме“, обяснява Чикова.

С поглед навън

Въпреки че използват и други съставки, двамата не са мислили да отглеждат нещо различно от шафран - „много е трудно физически да успеем с всичко“. В годините се е случвало да помислят към развитие и на други направления на шафрана, но „като че ли това ми е страстта и тук се чувствам сигурна“, обяснява Чикова.

По думите ѝ, за да могат да поддържат високо ниво, им е необходимо развитие на международните пазари и именно това ще е фокусът в идните години, а не земеделието, доколкото те така или иначе си произвеждат специалната съставка, а останалите неща - розовото масло, шипково масло, масло от синя слива, си доставят от България или от света. „Все още произвеждаме предимно за България. В Румъния продаваме, но като цяло Европа е целеви пазар“, категорична е Чикова, като не изключва

Q&A

Кое е най-интересното нещо, което сте правили с шафрана?

⊕ На мен най-вкусно ми беше панакота с шафран. В млечните продукти се разгръща много добре ароматът на шафрана и с някакви сезонни плодове се получава превъзходно.

Каква беше първата реколта шафран?

⊕ 50 г, което не е никак малко, като се има предвид, че 1 грам е около 20 порции. Пихме чай, зотвихме какво ли не (боб, ориз, десерти), отгелухме малко за тестове и то не остана.

Как избуirate какъв га е следващият прогукт?

⊕ Може да се каже, че се водим от интуицията си. Създаваме козметиката така, както бих я създали за себе си. Разбира се, сверяваме си часовника със световните брандове. В Южна Корея са първенци в производството на козметика, така че доста вдъхновени черпим от тях, но естествено пречупена през нашия поглед. Тонерът ни например е вдъхновен от корейците и е най-продаваният ни продукт, емблематичен за марката. След него се нареждат измиващият гел - там вдъхновението гоиде покрай гецама, които са с по-чувствителна кожа и се е налагало да ползвам по-специфична козметика. Когато тестваш техните продукти върху себе си, установих колко е приятно продуктът да не се чувства агресивен и по тази моя представа създадохме гела - нежен и деликатен.

и страните извън Европа.

„Ние създаваме ексклузивни продукти, които са качествени и са се доказали във времето, създаваме съдържание, което не е рентабилно да показваме на малък кръг от хора - все пак в България сме една шепа хора. Със същите ресурси ние можем да покриваме още доста пазари и работим в тази посока“, категорична е тя. |Ж