

Экспортный гид

Маргарин



ОАЭ



Экспортный гид

Маргарин



ОАЭ

Гид создан при участии:



Предисловие

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта маргарина в ОАЭ. Гид основан на следующих принципах:

- обобщение самых актуальных сведений о рынке;
- аналитические данные, основанные на оценках отраслевых экспертов;
- практические рекомендации по выходу на рынок;
- простая для восприятия форма изложения информации.

Представленные материалы помогут принять взвешенное решение о выходе на рынок и максимально эффективно организовать экспорт маргарина в ОАЭ.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2024.

© Все права защищены.

Никакая часть данного издания не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами без письменного разрешения владельцев авторских прав. При использовании ссылка на правообладателя и источник заимствования обязательна.



Оглавление

Резюме	5
Список сокращений	7
Введение	9
1. Краткий обзор — ОАЭ	12
1.1. Экономические тенденции	14
1.2. Политические тенденции	21
1.3. Демографические тенденции	23
1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны	24
2. Обзор рынка	27
2.1. Объем и динамика рынка	29
2.2. Потребительские предпочтения	43
2.3. Торгово-распределительная сеть	45
2.4. Конкурентная среда и участники рынка	54
3. Требования и стандарты на продукцию	59
3.1. Контролирующие органы	61
3.2. Требования к производителям	65
3.3. Требования к продукции	65
3.4. Требования к упаковке и маркировке	72
4. Особенности и барьеры входа на рынок	77
4.1. Особенности таможенных процедур	79
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры	93
5. Организация экспортных поставок	96
5.1. Логистика	98
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций	109
5.3. Формы присутствия на рынке	112
5.4. Защита интеллектуальной собственности	117
6. Продвижение продукции	121
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке	123
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки	136
7. Особые экономические зоны	142
8. Особенности ведения бизнеса	150
9. Преимущества и риски осуществления поставок	156
9.1. Преимущества	158
9.2. Риски	159

10. Карта действий экспортера	160
11. Контактная информация	170
11.1. Потенциальные партнеры	172
11.2. Профильные организации	175
12. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	176

Резюме

- Объединенные Арабские Эмираты (ОАЭ) — важный экономический хаб Ближнего Востока, претендующий на роль одного из мировых финансовых центров на стыке Европы и Азии. ОАЭ можно назвать одним из самых ярких примеров диверсификации экономики: зависевшая от рыболовства и нефтегазового сектора страна выстроила туристическую и бизнес-инфраструктуру, современные сегменты экономики — банковский сектор, высокотехнологичные производства.
- Демография ОАЭ типична для стран арабского мира с развитым нефтегазовым сектором: большая часть жителей (на 2022 г. — 9,4 млн человек) — мигранты, в структуре населения преобладают мужчины трудоспособного возраста.
- Большое количество иностранных работников ощутимо влияет на характер и специфику спроса на продукты питания. Среди мигрантов есть как высокооплачиваемые квалифицированные кадры, так и вспомогательный персонал с низким окладом; обширен национальный состав проживающих в стране, что в совокупности формирует спрос на самые разные продукты питания.
- АПК — один из перспективных секторов экономики, развивающийся благодаря внедрению передового опыта в технологиях орошения, вертикальных ферм, производства аквакультуры и т.д. При этом природно-климатические ресурсы не позволяют стране развивать экстенсивное сельское хозяйство. ОАЭ сильно зависят от импорта продовольствия и в краткосрочной перспективе ситуация не изменится.
- Несмотря на близкие к паритету данные по экспорту и импорту сельскохозяйственной продукции (18,3 против 23,8 млрд долл. США), значительная доля торговли продукцией АПК — реэкспорт отдельных товаров (например, сахара). Среди ключевых импортируемых товаров: мясная продукция, зерновые, кондитерские изделия, сахар и сухое молоко, то есть базовые продукты питания.
- За последние десять лет ОАЭ из нетто-импортера стали серьезным игроком на экспортном рынке (экспорт превышает импорт более чем в два раза — 27,2 против 12,1 тыс. тонн в 2022 г.) благодаря развитию масложировых производств в особых экономических зонах, работающих на импортном сырье. Основными потребителями маргарина из ОАЭ являются страны – члены ССАГПЗ.

- На этом фоне импорт маргарина в ОАЭ снижается, причем, исходя из балансовых данных, весомая его часть идет на реэкспорт в страны ССАГПЗ. Потребление также стагнирует (8,7 тыс. тонн в 2022 г. против 12,2 тыс. тонн в 2018 г.), что во многом обусловлено последствиями пандемии COVID-19 и ростом озабоченности эмиратцев своим здоровьем с изменением пищевых привычек, а также целенаправленной политикой властей по борьбе с ожирением и связанными с этим мерами по снижению потребления трансжиров.
- Ключевыми поставщиками на рынок страны являются Малайзия, Индонезия и Испания — по состоянию на конец 2022 г. на них приходилось суммарно 71,1% всего объема в натуральном выражении. Основным конкурентным преимуществом маргарина из этих стран является цена — партии из Испании характеризуются наименьшей стоимостью среди западных производителей, Малайзия и Индонезия поставляют маргарин по цене ниже средней. Кроме того, по состоянию на 2022 г. среди поставщиков можно выделить Оман, Швецию и Нидерланды. Поставки из США значительно снизились с 2019 г., также из числа крупных экспортеров вышла Бельгия. Для всех ключевых поставщиков на рынок ОАЭ за исключением Омана (члена ССАГПЗ с нулевой импортной ставкой) действует тариф РНБ в 5%.
- Несмотря на трансформации потребительских предпочтений, в ОАЭ как среди местного населения, так и среди иностранных рабочих из Южной и Юго-Восточной Азии популярными остаются мучные кондитерские изделия, а также еда быстрого приготовления, в связи с чем основная часть маргарина (около 80%) используется в пищевой промышленности. Спрос в секторе HoReCa (11,5% рынка) стимулируется проникновением западной культуры общественного питания с распространением кондитерских и кофеен, а также сетей быстрого питания, активно использующих маргарин. В рознице реализуется около 8% маргарина: с одной стороны, существует спрос на дешевый маргарин для кулинарии со стороны рабочих мигрантов, с другой, довольно востребованной является высококачественная продукция (например, с добавлением витаминов или очищенная от трансжиров).
- Для экспортера в ОАЭ важно учитывать ограничения в связи с открытием предприятий на территории страны. Так, привлекательным может быть размещение в особых экономических зонах (ОЭЗ) для поставок в другие страны региона (Оман, Саудовскую Аравию, Бахрейн и др.) на льготных условиях — именно через ОЭЗ осуществляется основной объем экспорта маргарина из страны, однако в таком случае работа на внутренний рынок ОАЭ потребует обязательного привлечения местного дистрибьютора.

Список сокращений

АПК	Агропромышленный комплекс
ВВП	Валовый внутренний продукт
ВОИС	Всемирная организация интеллектуальной собственности
ВТО	Всемирная торговая организация
ЕАЭС	Евразийский экономический союз
ЗСТ	Зона свободной торговли
МВФ	Международный валютный фонд
ПИИ	Прямые иностранные инвестиции
ППС	Паритет покупательной способности
ССАГПЗ	Совет сотрудничества арабских государств Персидского залива
СЭЗ	Свободная экономическая зона
ТН ВЭД	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
ЮНКТАД	Конференция ООН по торговле и развитию
ADAFSA	Abu Dhabi Agriculture and Food Safety Authority — Управление по сельскому хозяйству и безопасности пищевых продуктов Абу-Даби
B2B	Business-to-Business — Модель продаж компаниям
B2C	Business-to-Consumer — Модель продаж конечному потребителю
DDP	Delivered Duty Paid — Поставка с уплатой пошлин
DED	Department of Economic Development — Департамент экономического развития
EIAC	Emirates International Accreditation Center — Международный центр аккредитации ОАЭ
EQM	Emirates Quality Mark — Знак Качества ОАЭ
ESMA	Emirates Authority for Standardization and Metrology — Управление по стандартизации и метрологии ОАЭ

GSO	GCC Standardization Organization — Организация по стандартизации стран Персидского залива
HACCP	Hazard Analysis and Critical Control Points — Система менеджмента безопасности пищевой продукции
HoReCa	Hotel, Restaurant, Catering — Гостинично-ресторанный сектор
ISO	International Organization for Standardization — Международная организация по стандартизации
MOIAT	Ministry of Industry and Advanced Technology — Министерство промышленности и передовых технологий ОАЭ
UN Comtrade	База данных статистики международной торговли ООН
USDA	U.S. Department of Agriculture — Министерство сельского хозяйства США

Введение



Объединенные Арабские Эмираты (ОАЭ) — федерация семи эмиратов и один из важнейших экономических центров Ближнего Востока. Страна, население которой когда-то зависело от рыболовства и сокращающейся жемчужной промышленности, сегодня является динамичным, ориентированным на международный рынок торговым и финансовым центром на берегах Персидского залива. Столица Абу-Даби является административным центром ОАЭ, Дубай — центром международного бизнеса и туризма.

Общие сведения (2022 г.)

ВВП (в текущих ценах): 507,1 млрд долл. США

Рост ВВП: 7,9%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 84 657,2 долл. США

Уровень инфляции: 4,8%

Приток ПИИ: 22,7 млрд долл. США

Население: 9,4 млн человек

Площадь страны: 98,6 тыс. км²

Площадь сельскохозяйственных земель (2020 г.): 3,9 тыс. км²

Крупнейшие города по численности населения: Дубай (3,5 млн), Шарджа (1,3 млн), Абу-Даби (603,5 тыс.), Аджман (490,0 тыс.), Рас-эль-Хайма (351,9 тыс.)

Уровень урбанизации: 87,5%

Уровень безработицы: 2,8%

Структура ВВП (2021 г.): сельское хозяйство (**0,9%**), промышленность (**47,5%**), сфера услуг (**51,6%**)

Структура занятости (2021 г.): сельское хозяйство (**1,7%**), промышленность (**27,2%**), сфера услуг (**71,1%**)

Экспорт АПК	Основные товары	Импорт АПК
сигары и сигареты, сухое молоко, масло рапсовое, табак курительный, сахар свекловичный и тростниковый		мясо птицы, говядина и пищевые субпродукты крупного рогатого скота, семена рапса, сухое молоко, сигары и сигареты
Объем		
18,3 млрд долл. США		23,8 млрд долл. США

Источник: МВФ, Всемирный банк, ЮНКТАД, UN Comtrade

Примечание. Структура ВВП представлена согласно данным Всемирного банка.

Краткий обзор — ОАЭ



1.1. Экономические тенденции

Несмотря на замедление темпа роста ВВП до 3,4% в 2023 г., экономические перспективы страны остаются положительными. Этому способствуют такие факторы, как рост деловой активности, реализация структурных реформ по повышению инвестиционной привлекательности и диверсификации экономики, приток инвестиций в наукоемкие отрасли, крупномасштабные проекты, а также фискальные меры поддержки и высокие доходы нефтяного сектора. Важное место отводится развитию туризма. В 2022 г. число туристов, прибывших в ОАЭ, выросло почти в два раза относительно 2021 г. ОАЭ запустили Туристическую стратегию до 2031 г., чтобы стать одним из крупнейших туристических направлений в мире. По окончании программы планируется ежегодно привлекать 40 млн туристов и инвестиций на сумму 27,2 млрд долларов США.

МВФ, Oxford Economics и Центральный банк ОАЭ, прогнозировали рост ВВП в 2023 г. на уровне 3,1–3,5%, ненефтяного ВВП — на 3,8–4,5%. Положительные прогнозы основываются на возрастающей роли туристического сектора, росте ПИИ и увеличении расходов федерального бюджета на 2023–2026 гг. для поддержания социально-экономического развития страны. В среднесрочной перспективе рост экономики ОАЭ, как ожидается, будет поддерживаться структурными реформами, а также развитием внешнеэкономической политики в рамках соглашений о всеобъемлющем экономическом партнерстве (Comprehensive Economic Partnership Agreement, СЕРА), которые будут стимулировать торговлю и интеграцию в глобальные производственно-сбытовые цепочки и способствовать привлечению ПИИ.

В то же время фактор глобальной неопределенности продолжает влиять на экономические показатели страны. Несмотря на сохранение высокой стоимости нефти, наблюдаются некоторые признаки ослабления экономического роста. В случае снижения цен на нефть ожидается сокращение бюджетных расходов и программ по диверсификации экономики.

Также отмечается серьезная конкуренция со стороны других стран Персидского залива, особенно Саудовской Аравии, которая может ослабить позиции ОАЭ как регионального центра, несмотря на меры по повышению привлекательности для иностранных инвестиций и привлечению квалифицированных кадров. Это приведет к оттоку иностранного бизнеса и потребует пересмотра перспектив экономического роста.

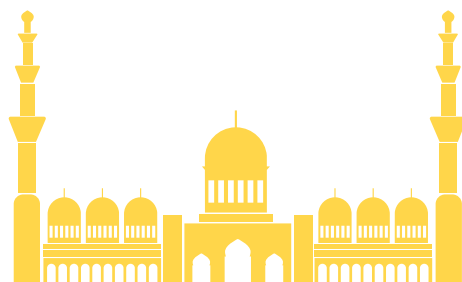
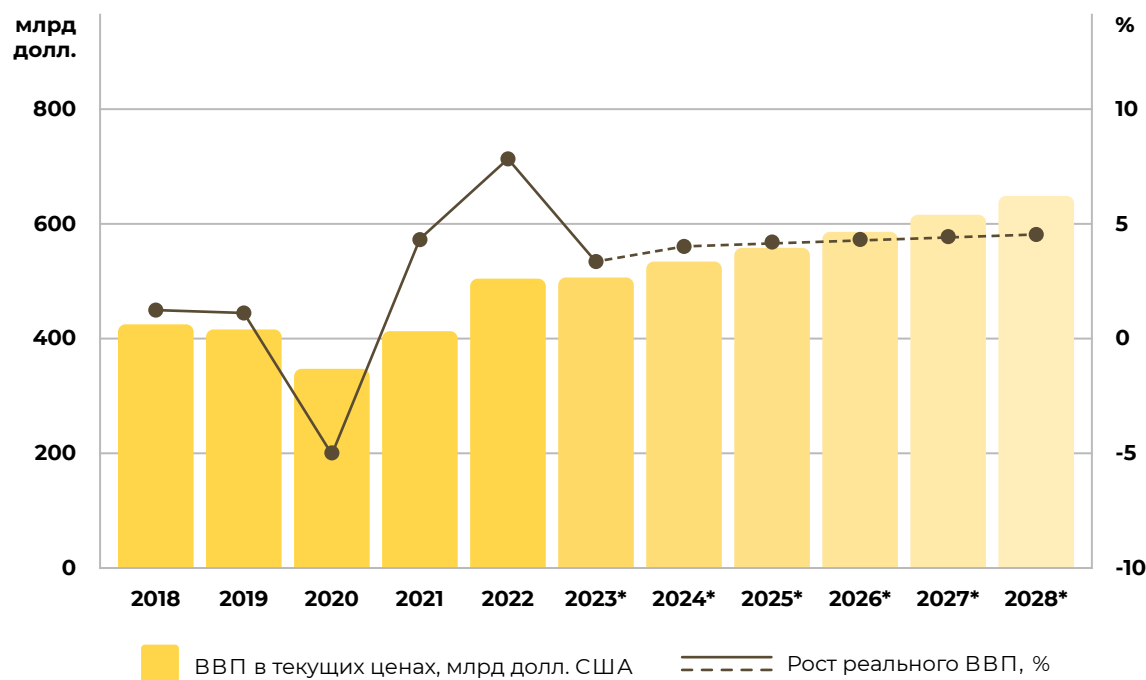


Рис. 1. Динамика ВВП ОАЭ в текущих ценах, 2018–2028 гг., млрд долл. США



Источник: МВФ (World Economic Outlook)

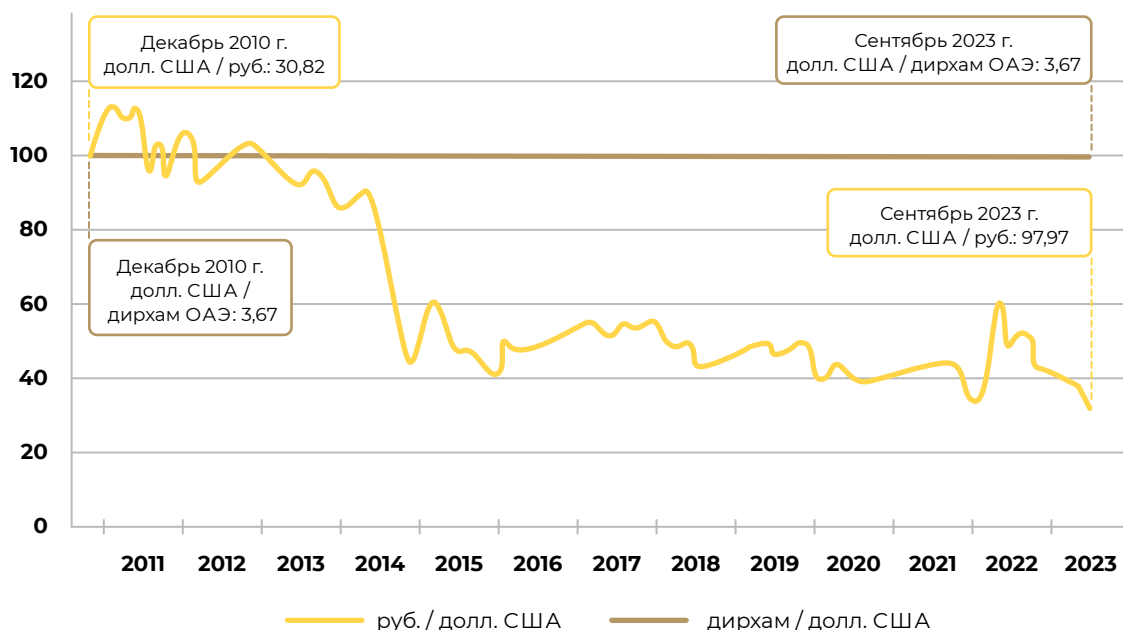
Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2023 г. (по состоянию на 20.10.2023).

Ввиду валютной привязки дирхама к доллару США политика Центрального банка ОАЭ совпадает с политикой Федеральной резервной системы США (ФРС). После изменения ключевой процентной ставки ФРС регулятор ОАЭ принимает аналогичное решение. По мере повышения ставок в США кредитно-денежная политика ОАЭ также продолжит ужесточаться. Одно из последних повышений было предпринято ФРС в июле 2023 г., когда ставка была увеличена на 25 базисных пунктов до 5,25–5,50% годовых с целью сдерживания роста инфляции. В свою очередь Центральный банк ОАЭ тоже принял решение о повышении ключевой ставки на 25 базисных пунктов с 5,15 до 5,4%.

Рост процентных ставок негативно сказывается на внутреннем потреблении и частных инвестициях. В силу своей открытости экономика ОАЭ зависит от изменений мировой экономической конъюнктуры.



Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и дирхама ОАЭ к доллару США, декабрь 2010 г. — сентябрь 2023 г.



Источник: Банк международных расчетов, финансовый портал [Investing.com](https://www.investing.com)

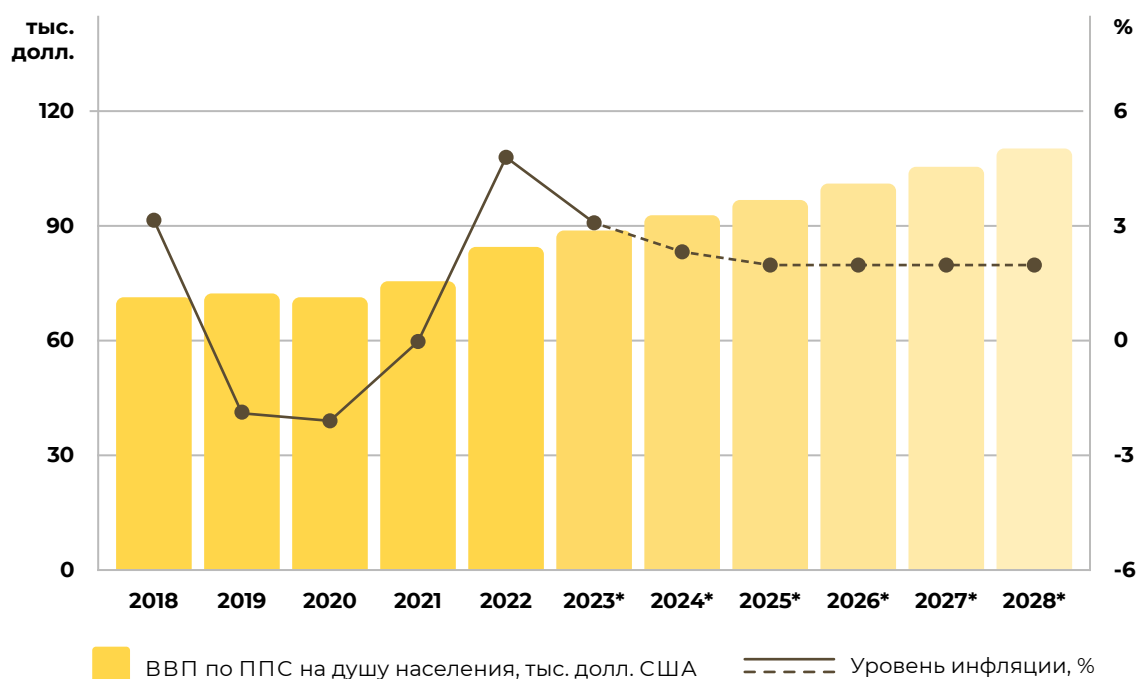
Примечание. Приведены среднемесячные показатели, за 100% взят курс на декабрь 2010 г.

До 2020 г. динамика ВВП на душу населения ОАЭ была положительной. После спада в 2020 г., обусловленного пандемией, наблюдается стремительное восстановление показателя на фоне ослабления ограничений, оживления деловой активности и туризма, роста иностранных инвестиций и доходов от нефтяного сектора.

С 2012 по 2017 гг. средний уровень инфляции не превышал 3,5%. Введение 5% НДС и акцизного налога ускорили рост показателя до 3,1% в 2018 г. Впоследствии из-за сокращения цен на недвижимость уровень инфляции значительно снизился, а в 2022 г. увеличился до 4,8% в связи с ростом цен на недвижимость (был достигнут 13-летний максимум), потребительские товары и топливо, а также с глобальным инфляционным давлением. Ожидалось, что политика повышения ключевой ставки Центробанком ОАЭ приведет к замедлению инфляции до 3,1% в 2023 г., а в среднесрочной перспективе — до 2,0%.



Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2018–2028 гг., тыс. долл. США



Источник: МВФ (World Economic Outlook)

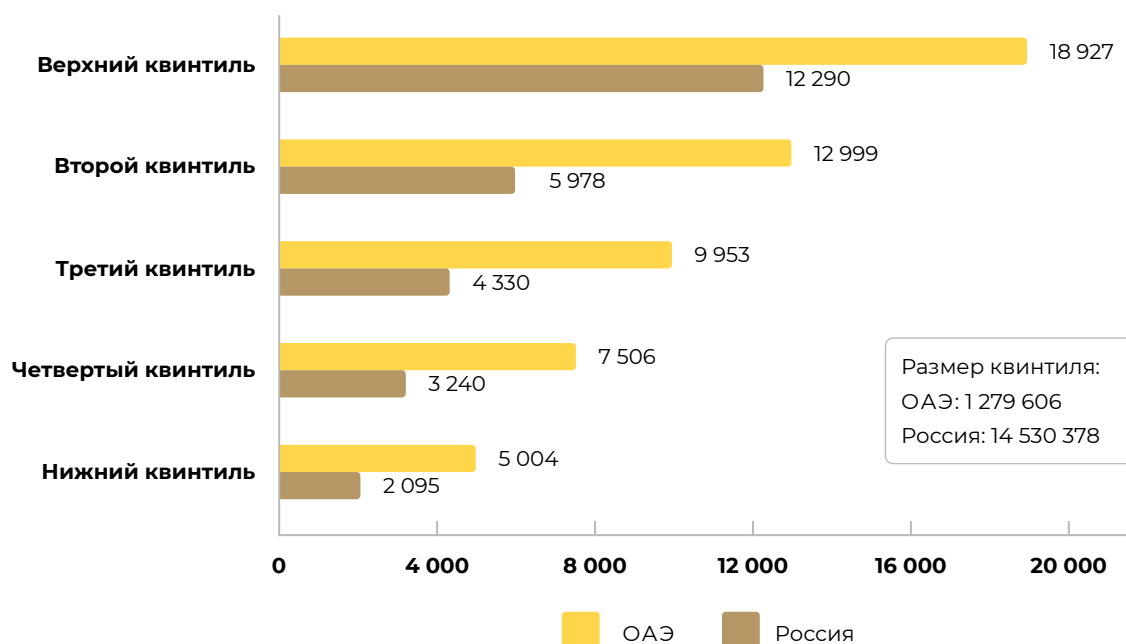
Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2023 г. (по состоянию на 20.10.2023).

В структуре распределения доходов на долю первой (высокодоходной) квинтильной группы населения приходится 34,8%, тогда как на долю пятой (самой низкодоходной) группы — 9,2%. Причем социальный разрыв еще шире, если рассматривать не только доход, но и все активы (акции, облигации, недвижимость). Согласно данным World Inequality Database, в 2021 г. 43,5% национального благосостояния приходилось на 1% богатейших граждан ОАЭ с чистыми активами свыше 13 млн долл. США. На 10% наиболее состоятельных людей, чей капитал превышает 2,3 млн долл. США, в том же году приходилось 76,4% богатства страны.

Большая зависимость от иностранной рабочей силы указывает на то, что высокий уровень жизни недоступен многим категориям граждан, несмотря на экономическое процветание страны. Поэтому социальное неравенство и разница в уровне доходов остаются серьезной проблемой для ОАЭ.



Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квантильным (20%) группам, 2022 г., долл. США



Источник: Всемирный банк, МВФ, ООН

Примечание. Доходы рассчитаны по ППС с учетом курсовой разницы, чтобы показать фактическую покупательную способность для стандартной потребительской корзины.

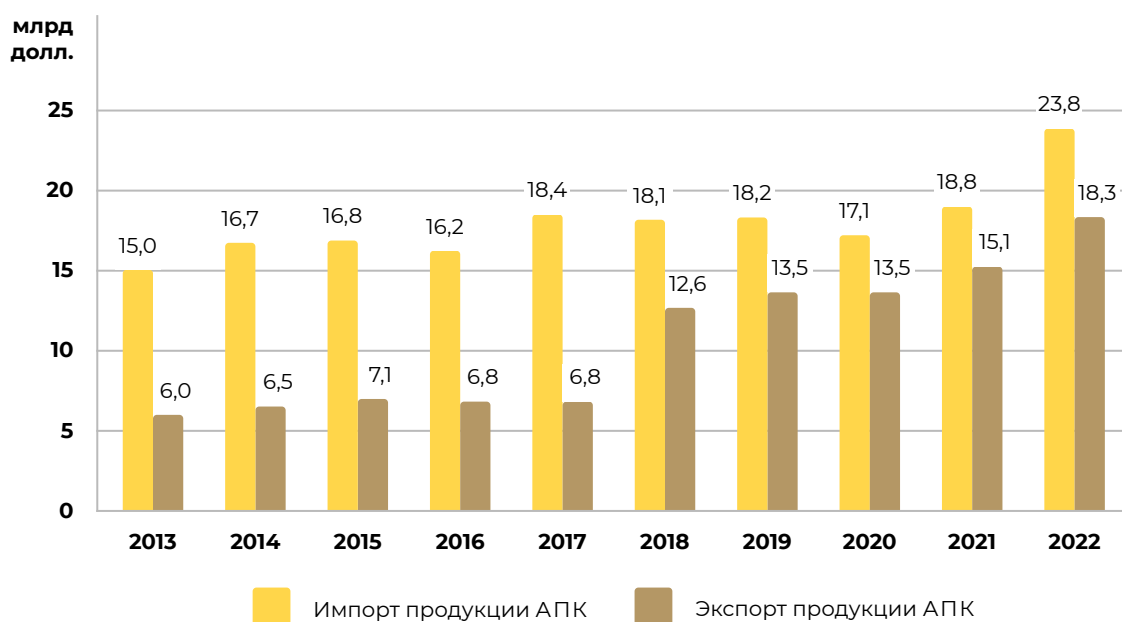
Внешняя торговля продукцией АПК

Большую часть территории ОАЭ занимает одна из крупнейших пустынь мира — Руб-эль-Хали. Страна характеризуется крайне засушливым тропическим климатом: летом температура воздуха в тени достигает 50 °С, а среднегодовая норма осадков составляет лишь около 100 мм. Территория ОАЭ считается зоной рискованного земледелия.

Сельское хозяйство активно развивается с конца 1970-х гг. благодаря государственной поддержке и внедрению передового международного опыта. Применяются инновационные методы орошения, вода для полива производится посредством опреснения морской воды. Развивается технология вертикальных ферм: в июле 2022 г. американский производитель вертикальных ферм Crop One совместно с поставщиком бортового питания Emirates Flight объявили об открытии крупнейшей в мире вертикальной фермы ECO-1 возле Дубая, а в феврале 2023 г. американская компания AeroFarms ввела в эксплуатацию вертикальную ферму площадью 6 040 м². При этом площадь возделываемых и обрабатываемых земель в ОАЭ невелика и составляет примерно 50 тыс. га. Растениеводческая деятельность ведется на побережье Оманского залива, на северо-востоке эмирата Шарджа, в Абу-Даби и Рас-эль-Хайме.

Сельское хозяйство занимает незначительное место в экономике страны — лишь 0,9% ВВП (3,8 млрд долл. США) и 1,7% рынка труда. Растениеводство ОАЭ специализируется в основном на финиках, а также овощах: огурцах, помидорах и капусте. В животноводстве основными направлениями являются птицеводство и разведение крупного рогатого скота. В то же время ОАЭ остается крупным импортером, ежегодно закупая на внешних рынках продукцию АПК на сумму почти 24 млрд долл. США.

Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК ОАЭ, 2013–2022 гг., млрд долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 01–24.

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК ОАЭ, 2022 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Сигары и сигареты	5 117,1	27,9
Сухое молоко	721,5	3,9
Масло рапсовое	628,8	3,4
Табак курительный	588,0	3,2
Сахар свекловичный и тростниковый	497,4	2,7
Шоколадные кондитерские изделия	495,0	2,7

Продолжение табл. 1.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Мучные кондитерские и хлебобулочные изделия	462,9	2,5
Чай	439,4	2,4
Чечевица сушеная	389,8	2,1
Миндаль	329,6	1,8
Прочие продукты	8 649,5	47,2
Итого	18 318,9	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01–24.

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК ОАЭ, 2022 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Мясо птицы	1 332,3	5,6
Говядина и пищевые субпродукты крупного рогатого скота	902,5	3,8
Семена рапса	890,9	3,7
Сухое молоко	827,2	3,5
Сигары и сигареты	655,1	2,8
Мучные кондитерские и хлебобулочные изделия	651,5	2,7
Пшеница	648,3	2,7
Сахар свекловичный и тростниковый	581,8	2,4
Шоколадные кондитерские изделия	549,3	2,3
Рис	545,8	2,3
Прочие продукты	16 188,2	68,1
Итого	23 773,2	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 01–24.

1.2. Политические тенденции

Политическое устройство



ОАЭ — федерация, состоящая из семи монархий. В стране действуют общий федеральный закон, а также законы отдельных эмиратов, которые могут по-разному регулировать импорт и оборот продовольственных товаров. Координация эмиратов осуществляется через Федеральный верховный совет (ФВС) — высший орган исполнительной и законодательной власти, членами которого являются все семь эмиров. ФВС уполномочен раз в пять лет избирать президента и вице-президента, причем каждый эмират имеет один голос. С момента учреждения ФВС в 1971 г. президентом ОАЭ неизменно избирается эмир крупнейшего нефтедобывающего эмирата Абу-Даби. Президент подписывает указы и постановления, исполняет обязанности верховного главнокомандующего вооруженными силами страны. Пост президента ОАЭ занимает Мухаммед бен Заид Аль Нахайян, который вступил в должность 14 мая 2022 г.

Исполнительную власть осуществляет кабинет министров (совет министров), возглавляемый премьер-министром. Под руководством президента и ФВС вопросами внутренней и внешней политики ОАЭ занимаются 22 члена правительства. Кабинет министров разрабатывает законы и федеральный бюджет, принимает нормативные акты, регулирует исполнение законов. С 5 января 2006 г. премьер-министром является Мухаммед бен Рашид Аль Мактум.

Федеральный национальный совет (ФНС) — совещательный орган парламентского типа, состоящий из 40 представителей семи эмиратов (число представителей каждого эмирата пропорционально численности его населения). При этом 20 членов назначаются в совет эмирами, остальные избираются путем многоступенчатых выборов. Срок полномочий членов ФНС — четыре года.

Оценка политических рисков

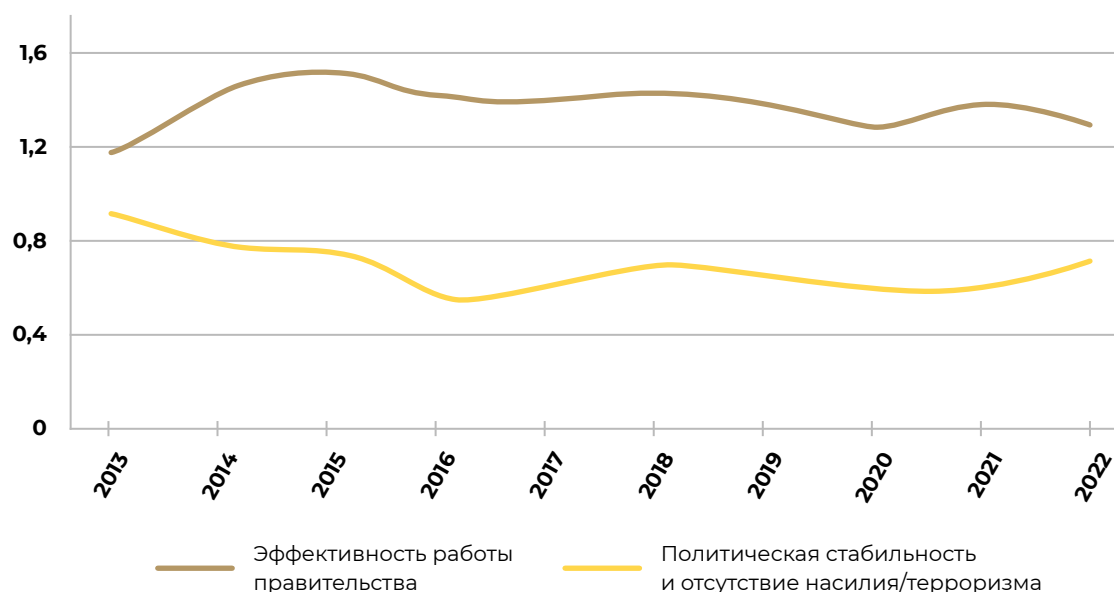
Ключевые риски для ОАЭ лежат в международной плоскости. ОАЭ и Саудовская Аравия вступили в фазу открытого соперничества: обе страны претендуют на лидерство в регионе и арабском мире в целом. Точками напряженности являются отношения США и Саудовской Аравии с Ираном, а также неразрешенный конфликт в Йемене. Следует отметить и нарастающее западное давление на ОАЭ, связанное с развитием российско-эмиратских отношений.

К долгосрочным внутренним рискам стоит отнести саму политическую систему ОАЭ, основанную фактически на тандеме Абу-Даби – Дубай с признанием первенства рода Аль Нахайян, эмиров Абу-Даби. Назначение шейха Мансура на должность «второго вице-президента», исторически принадлежащую эмиру Дубая, подчеркивает стремление Абу-Даби централизовать власть в федерации. Кроме того, ожидается, что по мере диверсификации экономики ОАЭ политические противоречия между эмиратами будут нарастать, поскольку именно Дубай представляет собой двигатель несырьевой экономики страны.

Необходимо отметить серьезное влияние Великобритании на экономику, культуру и политику ОАЭ, имеющее исторические корни: Великобритания прекратила свой протекторат над ОАЭ только в 1971 г. В настоящее время ОАЭ занимают девятое место по объему британского экспорта. Великобритания является крупнейшим прямым иностранным инвестором в экономику ОАЭ, около 6 тыс. британских компаний осуществляют свою деятельность в различных секторах экономики страны.

Качество государственного управления в ОАЭ стабильно растет. Правительство поставило стратегическую задачу сделать свои услуги максимально доступными для граждан и бизнеса. Широко распространен формат электронных государственных услуг. Другим крайне важным направлением деятельности органов власти выступает диверсификация экономики, включающая программу по обеспечению продовольственной безопасности (National Food Security Strategy 2051). В рамках программы планируется масштабное развитие АПК на территории страны. ОАЭ стремятся обезопасить себя от внешних шоков, так как в настоящее время 90% продовольственной продукции в стране имеет импортное происхождение.

Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления в ОАЭ



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

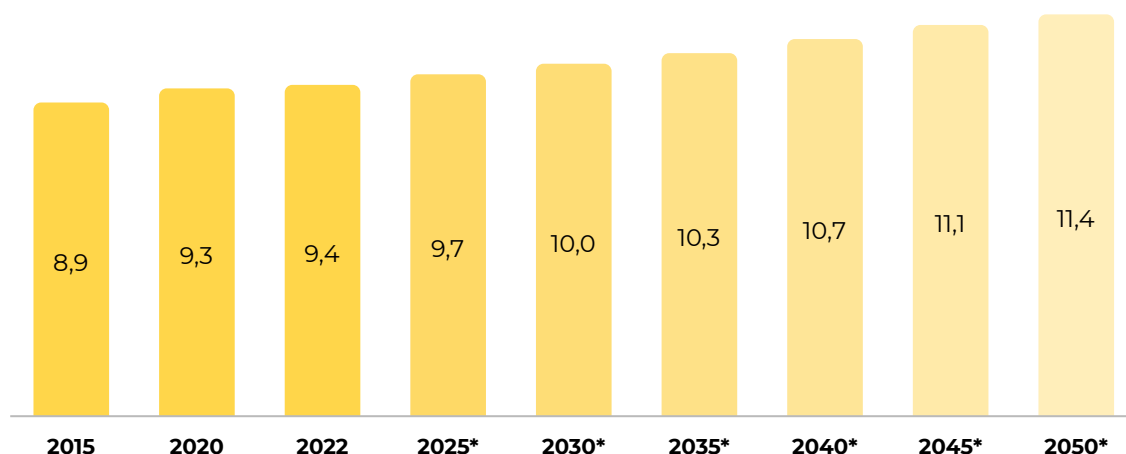
Примечание. Индикаторы WGI используют шкалу со значениями от -2,5 до 2,5.

1.3. Демографические тенденции

По состоянию на 2022 г. численность населения ОАЭ составила 9,4 млн человек. Среднегодовой темп прироста численности населения в 2015–2022 гг. составил 0,8%. Ожидается, что в 2022–2050 гг. он снизится до 0,7%. Согласно прогнозам ООН, численность населения ОАЭ в 2050 г. приблизится к 11,4 млн человек. Наибольшая часть населения проживает в эмирате Дубай. Доля городских жителей составляет 87,5%. Почти 76% жителей эмиратов исповедуют ислам.

По данным Международной организации труда, численность трудоспособного населения страны в 2050 г. составит 8,5 млн человек, что на 1,3 млн превышает уровень 2022 г. Реальные показатели прироста населения могут оказаться выше прогнозируемых, учитывая смягчение визовой политики и более высокую численность, предусмотренную Планом развития Дубая до 2040 г. Ожидается, что положительная тенденция станет одним из факторов роста несырьевого сектора экономики на 3% ежегодно в среднесрочном периоде.

Рис. 7. Общая численность населения ОАЭ, прогноз до 2050 г., млн человек

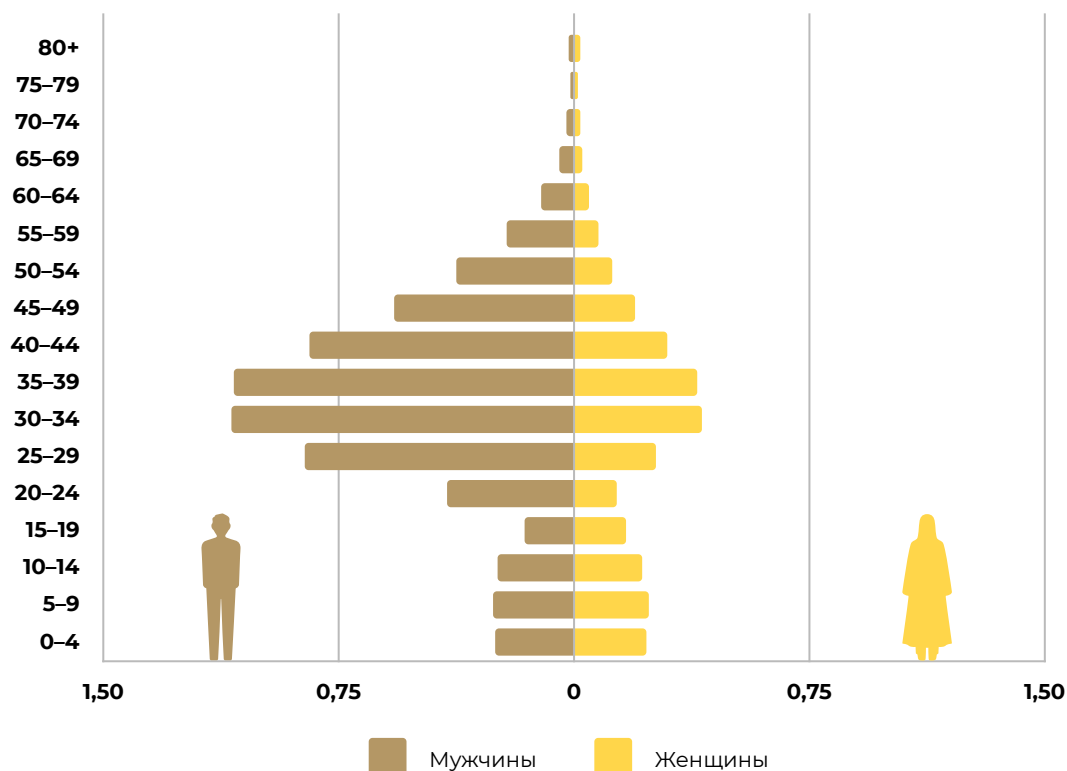


Источник: ООН

Примечание. *Прогноз.

В составе населения ОАЭ наблюдается заметный гендерный дисбаланс в возрастной категории от 25 лет и старше: в 2022 г. в стране проживало на 3,7 млн больше мужчин, чем женщин. Причиной тому служит политика активного привлечения кадров: около 89% жителей эмиратов составляют трудовые мигранты из стран Юго-Восточной Азии. Наибольшая доля приходится на граждан Индии (27,5% населения ОАЭ), Пакистана (12,7%), Бангладеш (7,4%) и Филиппин (5,6%). Основной поток — это низкоквалифицированные работники, занятые в строительной или газонефтяной отрасли. Экономика страны в значительной степени полагается на труд мигрантов, поскольку большая часть граждан ОАЭ занята в сфере услуг или государственном секторе.

Рис. 8. Население ОАЭ по полу и возрасту, 2022 г., млн человек



Источник: ООН

1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Успех экономики ОАЭ основан на рациональном управлении доходами от продажи природных ресурсов. Будучи седьмой в мире страной по доходам на душу населения и одним из крупнейших потребителей предметов роскоши, ОАЭ являются привлекательным рынком для экспорта широкой номенклатуры пищевых продуктов.

Положительное влияние оказывают высокие цены на нефть, рост добычи нефти и восстановление сектора услуг, ключевого для экономики Дубая. Высокая стоимость нефти означает высокий номинальный экспорт и профицит торгового баланса. Рост реального ВВП будет происходить за счет увеличения потребительских расходов и инвестиций. В ближайшие два-три года прогнозируется период уверенного роста, однако опасения вызывают риски влияния мирового экономического кризиса.

Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок ОАЭ

- Стабильный рост доходов населения и высокий уровень осведомленности потребителей формируют спрос на товары премиум-сегмента.
- Большое количество иностранных рабочих и специалистов, проживающих на территории ОАЭ, обуславливает устойчивый спрос на импортную продукцию.
- Потребители открыты к импортным продуктам питания и напиткам и следят за международными тенденциями. Продукция известных брендов положительно воспринимается и пользуется спросом.
- Все больше потребителей следуют принципам здорового питания и различным диетам.
- Молодые потребители находятся в постоянном поиске новых вкусов и форматов, поэтому продукты и напитки с нестандартными вкусами и яркими упаковками пользуются повышенным спросом.
- Интерес потребителей к кулинарным традициям разных стран и развитие гостинично-ресторанного сектора формируют дополнительный спрос на импортную продукцию.
- Стабильное развитие сетей розничной торговли позволяет предлагать потребителям большой ассортимент продуктов питания и напитков, в том числе импортных.
- Растет спрос на органические продукты питания и напитки. Во многих розничных точках есть специальные отделы, где представлены фермерские продукты и товары с маркировкой *eco* и *organic*.
- Сахарный диабет является крайне распространенным заболеванием в регионе, поэтому востребована продукция с пониженным содержанием сахара и без глютена.
- Для борьбы с сердечно-сосудистыми заболеваниями правительство ограничивает использование трансжиров с перспективой практически полного отказа от них в продуктах питания к 2030 г.¹

¹ <https://clck.ru/3AZqWR>

Расходы на конечное потребление

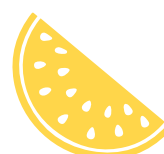
В 2022 г. расходы на конечное потребление продуктов питания и безалкогольных напитков в ОАЭ увеличились на 3,6% и составили 2 460 долл. США на душу населения. При этом доля расходов на растительные масла и жиры в общих расходах на продукты питания и безалкогольные напитки составила около 3,0% (73 долл. США на человека в год). Ожидается, что ежегодные расходы населения ОАЭ на продукты питания и напитки к 2027 г. достигнут 2 819 долл. США, в то время как расходы на растительные масла и жиры увеличатся до 83 долл. США на душу населения в год.

Рис. 9. Расходы на конечное потребление на душу населения в постоянных ценах 2022 г., 2018–2028 гг., долл. США



Источник: EMIS, Euromonitor International (Passport)

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2023 г.; **без учета расходов на растительные масла и жиры.





2

2.1. Объем и динамика рынка

ОАЭ импортируют более 500 тыс. тонн растительных масел ежегодно, не менее 60% поставок приходится на пальмовое масло. Порядка 300 тыс. тонн растительных масел в год ОАЭ реэкспортируют в соседние страны.

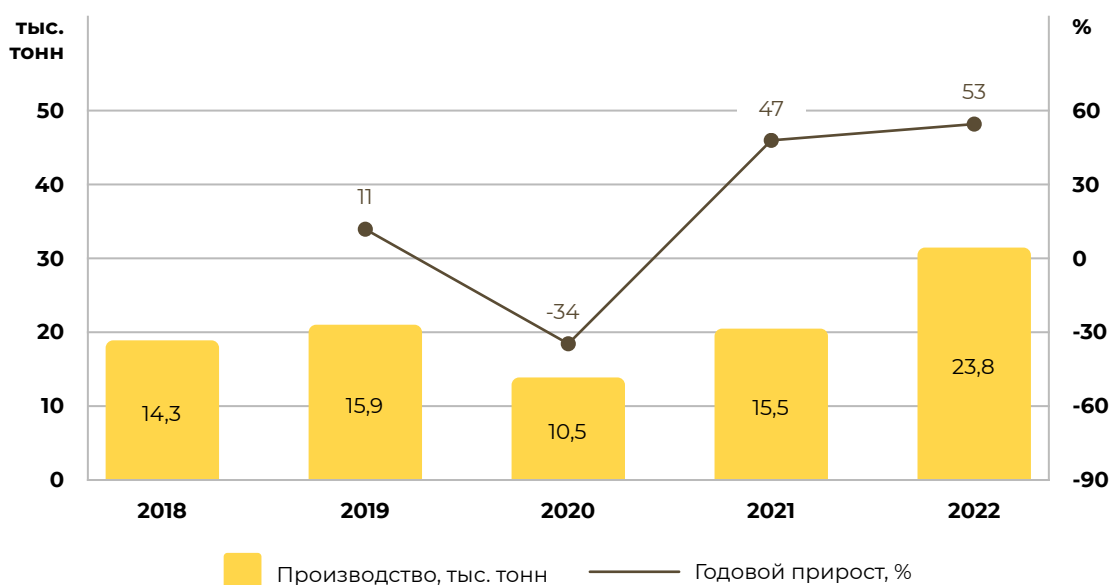
При этом ОАЭ входят в топ-10 крупнейших экспортеров рапсового масла. По оценкам USDA, объем производства рапсового масла в стране составляет 400–450 тыс. тонн в год. Практически весь получаемый объем масла экспортируется. Сырье для производства рапсового масла импортируется из Канады, Австралии и Украины в объеме более 1,1 млн тонн ежегодно. Основными покупателями рапсового масла ОАЭ являются Китай и Малайзия.

ОАЭ активно развивают масложировую промышленность. Кроме рапсового масла в стране производится соевое и подсолнечное, также из импортируемого сырья, но в гораздо меньших объемах.

Производство

Согласно оценкам, в 2022 г. в ОАЭ было произведено 23,8 тыс. тонн маргарина. Объемы производства увеличивались в 2018–2022 гг. со спадом в 2020 г. до 10,5 тыс. тонн. Среднегодовые темпы роста производства в рассматриваемом периоде составили 13,5%.

Рис. 10. Производство маргарина в ОАЭ, 2018–2022 гг., тыс. тонн



Источник: EMIS, Euromonitor International, UN Comtrade, оценки отраслевых экспертов

Потребление

Внутреннее производство маргарина в ОАЭ полностью обеспечивает потребности страны. Потребление маргарина снижается на фоне последствий пандемии и снижения активности в секторе ресторанов общественного питания. При этом уменьшаются объемы импорта и увеличиваются объемы экспорта.

Табл. 3. Баланс ресурсов маргарина в ОАЭ, 2018–2022 гг., тыс. тонн

Наименование	2018	2019	2020	2021	2022
Ресурсы, всего	30,1	31,1	25,9	27,9	35,9
Производство	14,3	15,9	10,5	15,5	23,8
Импорт	15,8	15,2	15,3	12,4	12,1
Использование всего	30,1	31,1	25,9	27,9	35,9
Внутреннее потребление	12,2	12,3	10,2	9,1	8,7
Экспорт	17,9	18,8	15,6	18,9	27,2

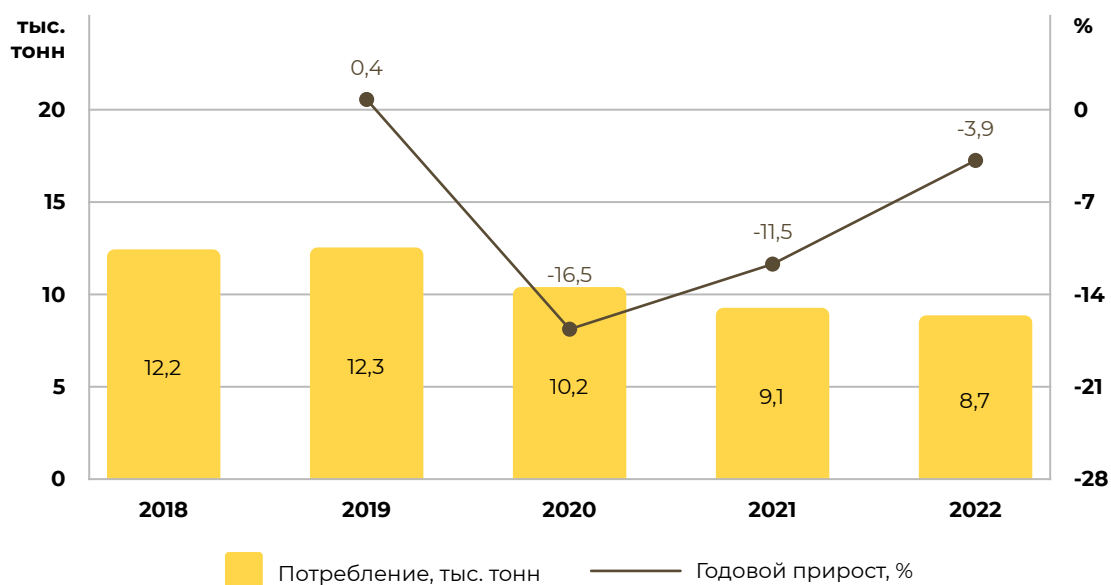
Источник: EMIS, Euromonitor International, UN Comtrade, оценки отраслевых экспертов

Примечание. Без учета переходящих запасов.

Объем потребления маргарина в ОАЭ в 2022 г. составил 8,7 тыс. тонн, что на 3,9% ниже показателя предыдущего года. С 2019 г. началась реализация практической части принятой в стране Национальной стратегии питания на 2022–2030 гг., направленной на снижение содержания трансжиров в продуктах питания. К концу 2023 г. в стране планировалось полностью запретить использование трансжиров в пищевых продуктах, однако впоследствии сроки были продлены до 2030 г. и требования смягчены до рекомендаций ВОЗ².

² <https://clck.ru/3AkQDb>

Рис. 11. Потребление маргарина в ОАЭ, 2018–2022 гг., тыс. тонн

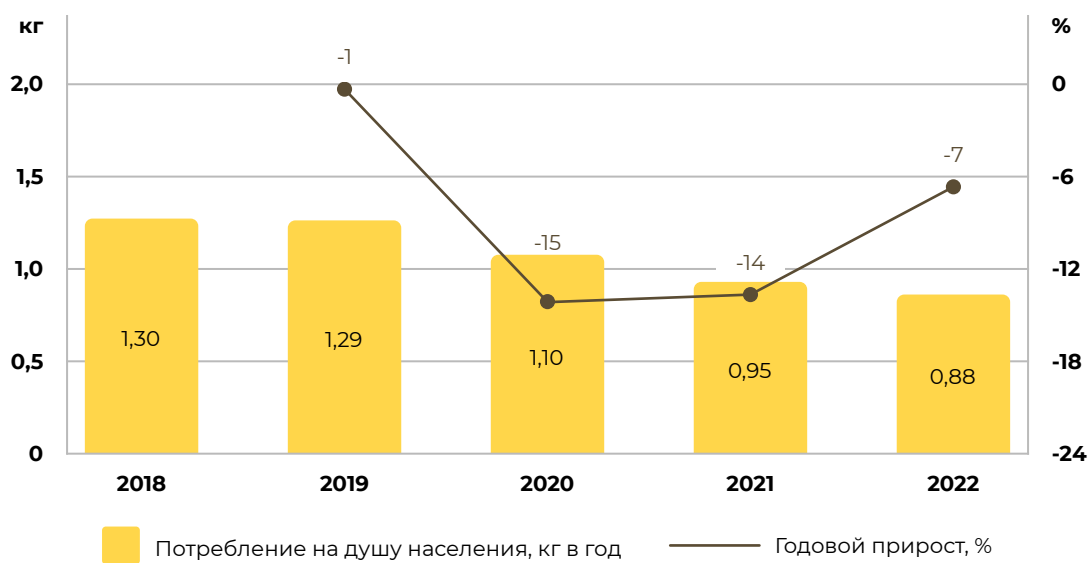


Источник: EMIS, Euromonitor International, UN Comtrade, оценки отраслевых экспертов

Примечание. Без учета переходящих запасов.

Потребление маргарина на душу населения в 2022 г. оценивалось в 0,88 кг. Темпы снижения удельного потребления в период 2018–2022 гг. составили 9,3% в год.

Рис. 12. Потребление маргарина на душу населения в ОАЭ, 2018–2022 гг., кг в год

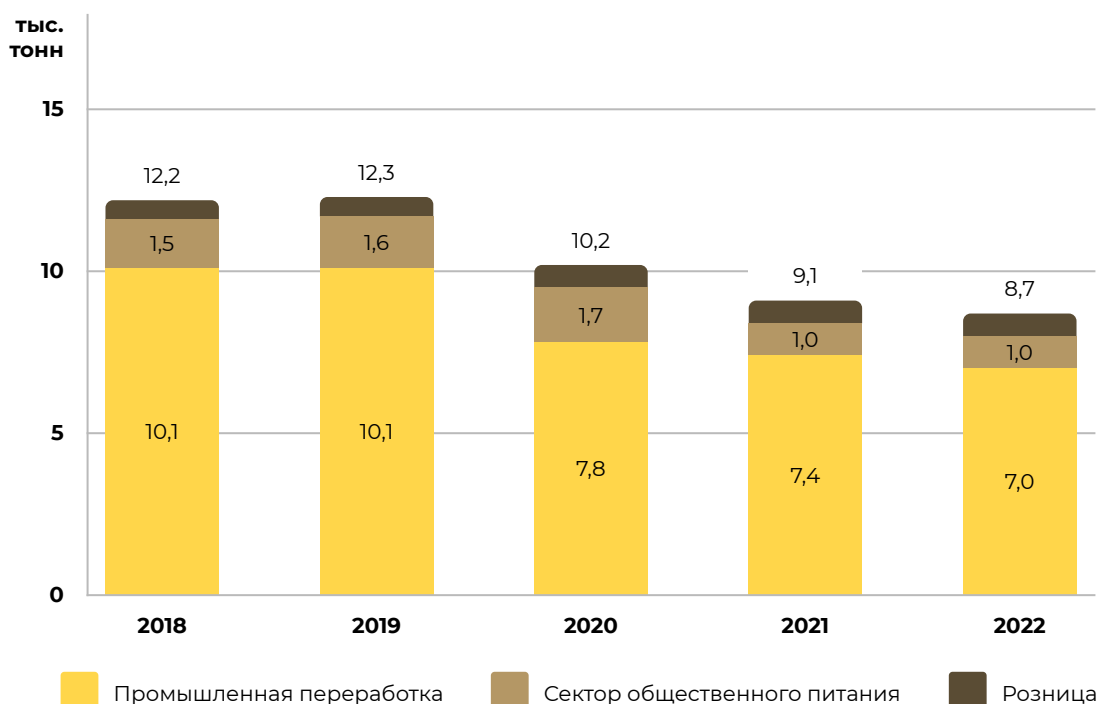


Источник: EMIS, Euromonitor International, UN Comtrade, оценки отраслевых экспертов

Примечание. Без учета переходящих запасов.

Более 80% всего объема в структуре потребления маргарина в ОАЭ занимает промышленная переработка. Продажи в секторе общественного питания составляют 11,5%, на розницу приходится 8,0%. При этом потребление маргарина активнее всего снижается в секторах общественного питания и промышленной переработки.

Рис. 13. Структура потребления маргарина ОАЭ по каналам сбыта в натуральном выражении, 2018–2022 гг., тыс. тонн



Источник: EMIS, Euromonitor International, UN Comtrade, оценки отраслевых экспертов

Примечание. Без учета переходящих запасов.

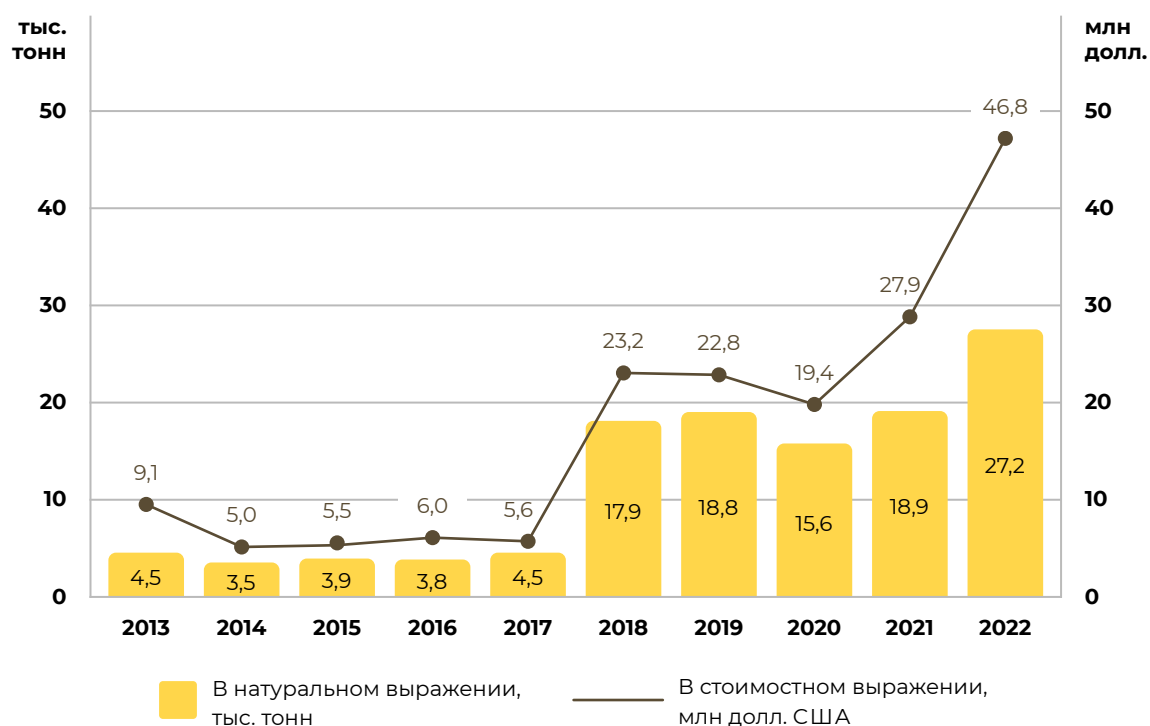
Экспорт

В 2022 г. экспорт маргарина ОАЭ составил 27,2 тыс. тонн в натуральном и 46,8 млн долл. США в стоимостном выражении. Крупнейшие импортеры маргарина из ОАЭ — Саудовская Аравия, Оман, Кувейт, Иордания. Основным экспортным продуктом является твердый маргарин (код ТН ВЭД 151710).

Экспорт маргарина ОАЭ резко вырос с 2018 г. после того, как в индустриальном парке Jebel Ali Free Zone (JAFZA), управляемом правительством ОАЭ через DP World³, был открыт современный завод по переработке растительных масел компании Momin Oil Industry.

³ DP World (Dubai Port World) — один из крупнейших мировых портовых операторов.

Рис. 14. Экспорт маргарина ОАЭ в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



Источник: UN Comtrade

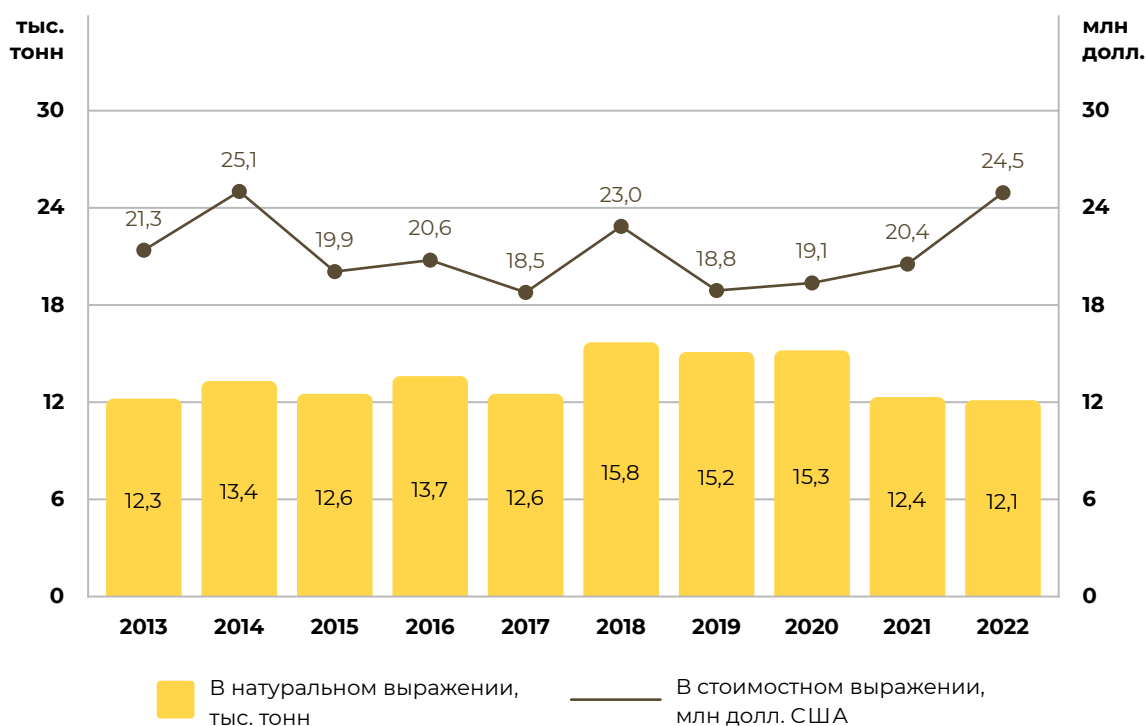
Примечание. Коды ТН ВЭД 151710, 151790.



Импорт

Импорт маргарина ОАЭ в 2022 г. составил 12,1 тыс. тонн в натуральном и 24,5 млн долл. США в стоимостном выражении. Объемы импорта начали снижаться после 2020 г. и оставались на минимальных уровнях в 2021–2022 гг. С 2018 г. ОАЭ — нетто-экспортер маргарина.

Рис. 15. Импорт маргарина ОАЭ в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151710, 151790.

Основной объем импорта маргарина составляют прочие пищевые смеси и готовые продукты из животных или растительных жиров и масел (код ТН ВЭД 151790), на долю которых в 2022 г. приходилось 73,1% всего объема импорта в натуральном выражении (72,5% в стоимостном). Данная продукция включает в основном шортенинг и заменители масла гхи из Индонезии и Малайзии. Маргарин, кроме жидкого (код ТН ВЭД 151710), импортируется в меньших объемах, преимущественно из Испании.

Рис. 16. Структура импорта маргарина ОАЭ по видам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

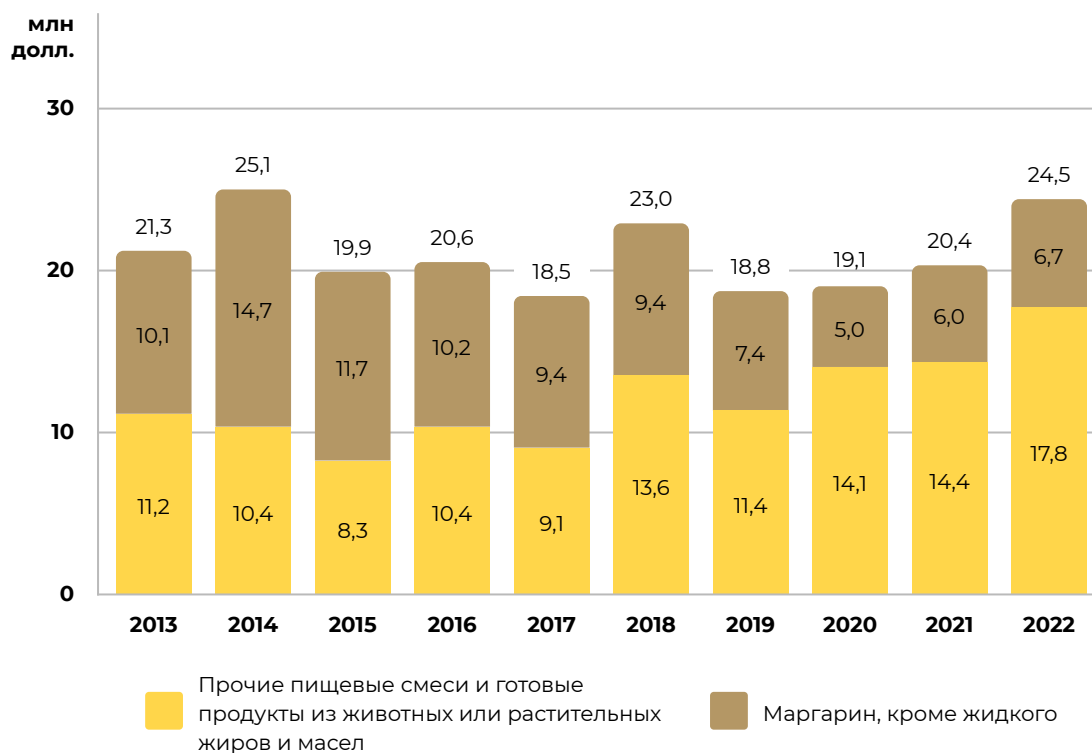


Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151710, 151790.



Рис. 17. Структура импорта маргарина ОАЭ по видам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151710, 151790.

Основными поставщиками маргарина на рынок ОАЭ являются Малайзия, Индонезия и Испания, на долю которых в 2022 г. приходилось суммарно 71,1% всего объема в натуральном выражении. Поставки из США значительно снизились с 2020 г. Также из числа крупных поставщиков выбыла Бельгия.



Табл. 4. Импорт маргарина ОАЭ по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

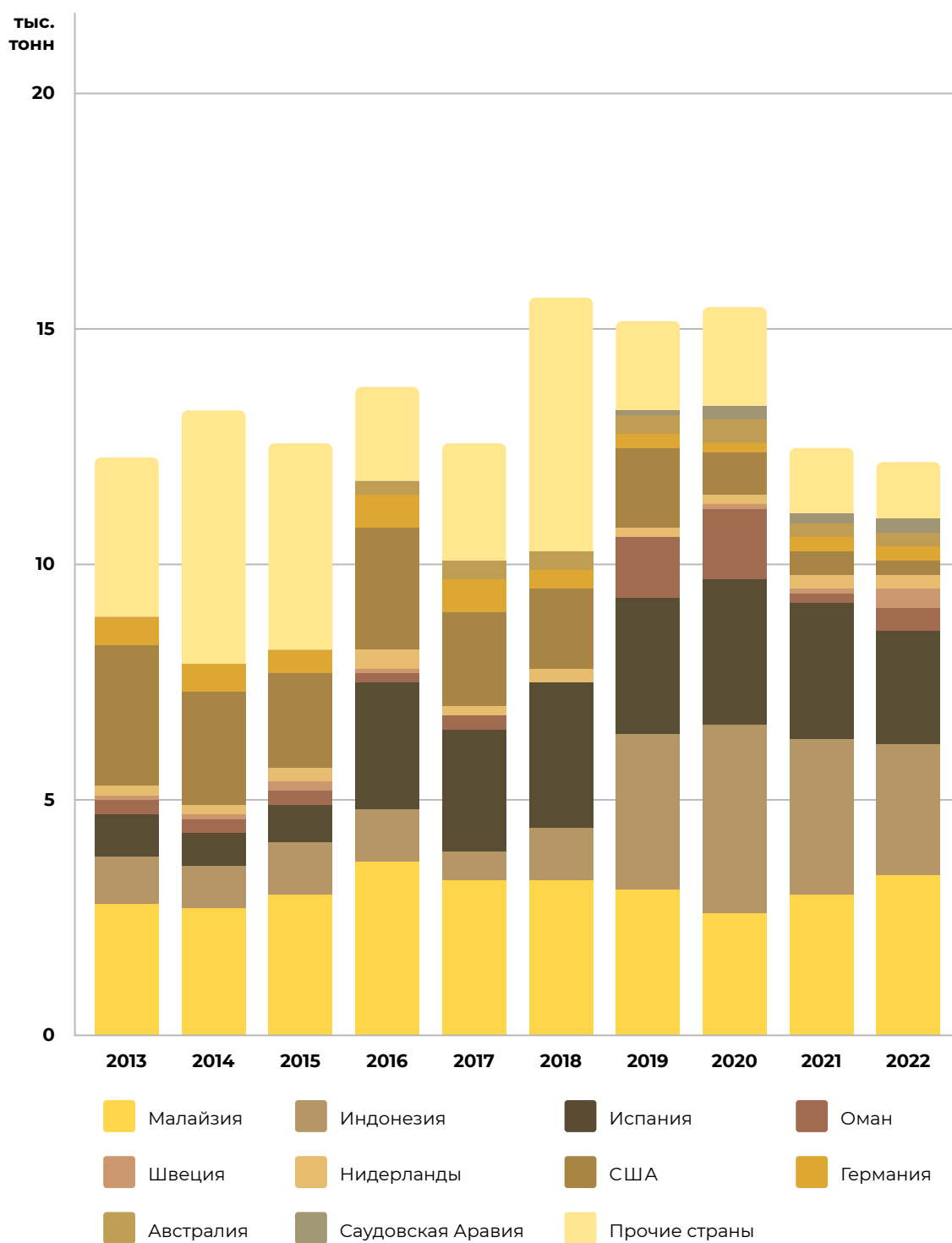
№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля в 2022 г., %
1	Малайзия	2,8	2,7	3,0	3,7	3,3	3,3	3,1	2,6	3,0	3,4	28,4
2	Индонезия	1,0	0,9	1,1	1,1	0,6	1,1	3,3	4,0	3,3	2,8	22,8
3	Испания	0,9	0,7	0,8	2,7	2,6	3,1	2,9	3,1	2,9	2,4	20,0
4	Оман	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,0	1,3	1,5	0,2	0,5	3,9
5	Швеция	0,1	0,1	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,4	3,0
6	Нидерланды	0,2	0,2	0,3	0,4	0,2	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	2,6
7	США	3,0	2,4	2,0	2,6	2,0	1,7	1,7	0,9	0,5	0,3	2,4
8	Германия	0,6	0,6	0,5	0,7	0,7	0,4	0,3	0,2	0,3	0,3	2,4
9	Австралия	0,03	0,04	0,02	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5	0,3	0,3	2,4
10	Саудовская Аравия	0,01	0,01	0,01	0,03	0,02	0,003	0,1	0,3	0,2	0,3	2,3
	Прочие страны	3,4	5,4	4,4	2,0	2,5	5,4	1,9	2,1	1,4	1,2	9,8
	Итого	12,3	13,4	12,6	13,7	12,6	15,8	15,2	15,3	12,4	12,1	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151710, 151790.



Рис. 18. Импорт маргарина ОАЭ по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151710, 151790.

По результатам 2022 г. доля Малайзии в общем объеме импорта маргарина ОАЭ составила в стоимостном выражении 27,4%, или 6,7 млн долл. США. На поставки из Испании и Индонезии пришлось 20,5 и 14,8% соответственно. В целом круг поставщиков маргарина в ОАЭ достаточно широк.

Табл. 5. Импорт маргарина ОАЭ по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

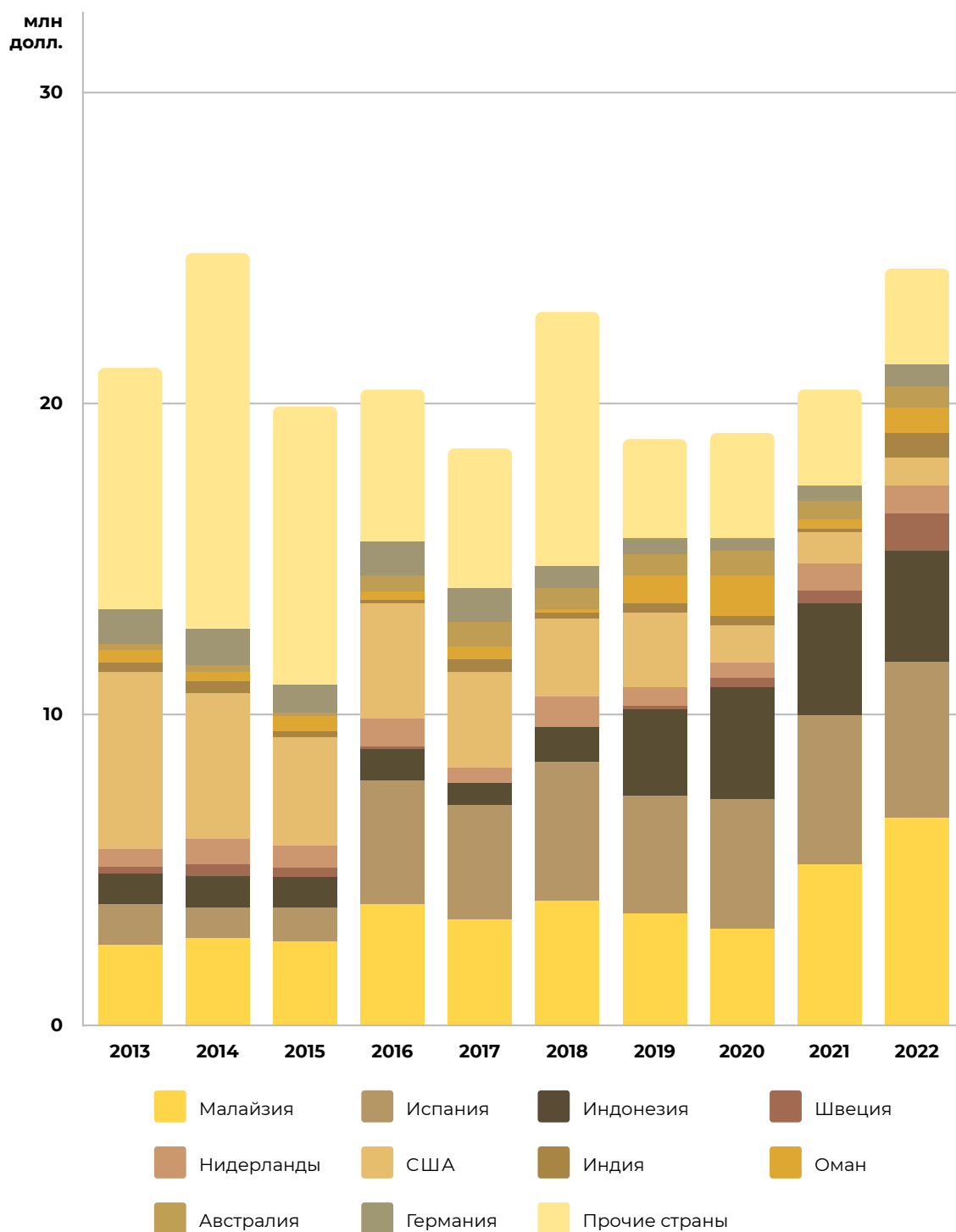
№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля в 2022 г., %
1	Малайзия	2,6	2,8	2,7	3,9	3,4	4,0	3,6	3,1	5,2	6,7	27,4
2	Испания	1,3	1,0	1,1	4,0	3,7	4,5	3,8	4,2	4,8	5,0	20,5
3	Индонезия	1,0	1,0	1,0	1,0	0,7	1,1	2,8	3,6	3,6	3,6	14,8
4	Швеция	0,2	0,4	0,3	0,1	0,04	0,02	0,1	0,3	0,4	1,2	4,8
5	Нидерланды	0,6	0,8	0,7	0,9	0,5	1,0	0,6	0,5	0,9	0,9	3,8
6	США	5,7	4,7	3,5	3,7	3,1	2,5	2,4	1,2	1,0	0,9	3,5
7	Индия	0,3	0,4	0,2	0,1	0,4	0,2	0,3	0,3	0,1	0,8	3,4
8	Оман	0,4	0,3	0,5	0,3	0,4	0,1	0,9	1,3	0,3	0,8	3,1
9	Австралия	0,2	0,2	0,1	0,5	0,8	0,7	0,7	0,8	0,6	0,7	3,0
10	Германия	1,1	1,2	0,9	1,1	1,1	0,7	0,5	0,4	0,5	0,7	2,8
	Прочие страны	7,8	12,1	9,0	4,9	4,5	8,2	3,2	3,4	3,1	3,1	12,8
	Итого	21,3	25,1	19,9	20,6	18,5	23,0	18,8	19,1	20,4	24,5	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151710, 151790.



Рис. 19. Импорт маргарина ОАЭ по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151710, 151790.

Средняя импортная цена на маргарин в 2022 г. составила 2 025 долл. США за тонну, что на 23,3% выше уровня 2021 г. и на 62,7% выше показателей 2020 г. Цены поставок из Индии и Швеции были в 1,8 и 1,6 раза выше средней соответственно. Поставки из Индонезии и Омана оказались на 35,2 и 20,1% ниже среднего уровня соответственно.

Табл. 6. Средняя импортная цена на маргарин по странам – экспортерам, 2013–2022 гг., долл. США / тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены в 2022 г., %
Средняя цена	1 734	1 876	1 581	1 498	1 466	1 455	1 236	1 245	1 642	2 025	—
Индия	1 625	1 405	1 100	1 250	1 954	2 204	2 268	1 916	2 096	3 649	в 1,8 раза
Швеция	2 230	2 882	1 848	1 907	2 397	2 683	2 847	2 936	3 198	3 233	в 1,6 раза
Нидерланды	2 945	3 323	2 261	2 374	2 641	3 231	2 814	2 880	3 060	2 982	47,2
США	1 904	1 929	1 709	1 453	1 549	1 480	1 390	1 408	1 944	2 952	45,8
Австралия	5 940	5 738	3 131	1 762	1 983	1 929	1 803	1 709	2 156	2 561	26,4
Германия	2 011	2 082	1 718	1 582	1 577	1 637	1 666	1 729	2 153	2 324	14,8
Испания	1 538	1 473	1 312	1 475	1 423	1 445	1 330	1 372	1 636	2 083	2,9
Малайзия	918	1 070	910	1 055	1 027	1 211	1 163	1 184	1 719	1 954	-3,5
Оман	1 475	1 138	2 015	1 563	1 254	1 912	666	894	1 278	1 619	-20,1
Индонезия	1 002	1 105	880	933	1 138	992	863	909	1 105	1 313	-35,2

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151710, 151790.

Табл. 7. Основные страны – экспортеры маргарина на рынок ОАЭ в 2022 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	Малайзия	27,4	- Малайзия — крупный региональный производитель и переработчик растительных масел. - ОАЭ входят в топ-12 покупателей пальмового масла Малайзии (439,9 тыс. тонн в 2022 г.). - Основными видами маргарина, поставляемыми из Малайзии, являются шортенинг и заменители масла гхи

Продолжение табл. 7.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
2	Испания	20,5	- Испанию относят к топ-10 мировых экспортеров маргарина. В 2022 г. объем экспорта маргарина Испании составил 136,3 тыс. тонн на сумму 314,0 млн долл. США. - ОАЭ входят в топ-10 ключевых потребителей маргарина из Испании. Объемы поставок испанского маргарина в ОАЭ сопоставимы с объемами закупок таких стран, как Германия, Италия и Саудовская Аравия. - Основной объем твердых маргаринов ОАЭ получает из Испании (48% в натуральном выражении)
3	Индонезия	14,8	- Индонезия — крупнейший в мире производитель тропических масел, что позволяет стране обеспечивать бесперебойные поставки в необходимых объемах. - Согласно прогнозам экспертов, Индонезия в ближайшие десять лет значительно увеличит производство маргарина и продолжит занимать ведущие позиции по объему поставок этой товарной категории. - Основными видами маргарина, поставляемыми из Индонезии, являются шортенинг и заменители масла гхи

Источник: UN Comtrade, открытые источники данных

Примечание. Коды ТН ВЭД 151710, 151790.



2.2. Потребительские предпочтения

Особенности и традиции потребления

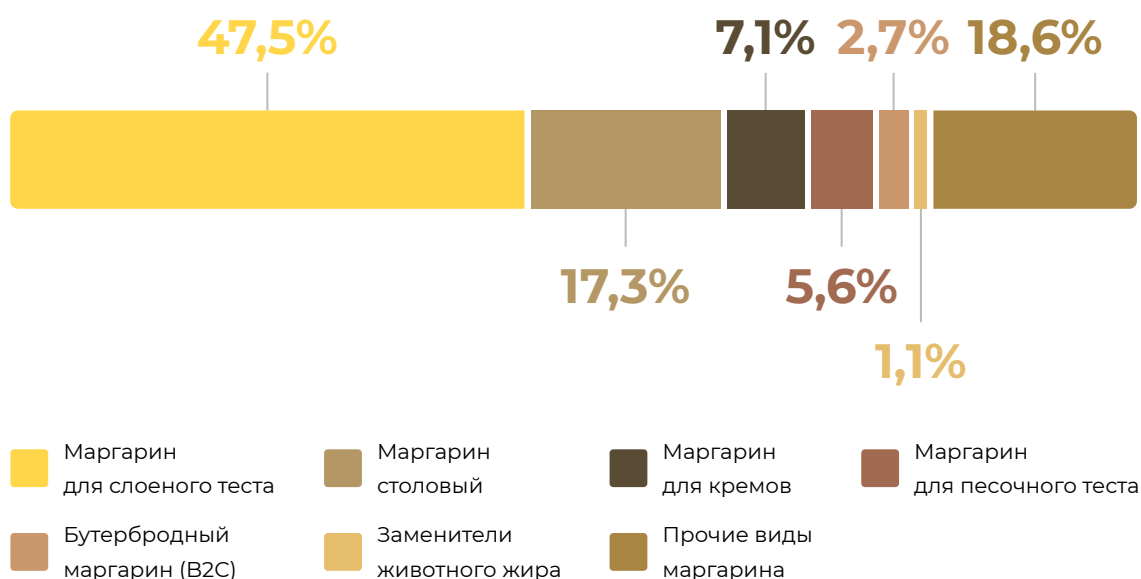
Позиционирование маргарина как полезного продукта в секторе розничной торговли

Ввиду повышения интереса жителей ОАЭ к теме здоровья и полезного питания торговые сети стали проводить маркетинговые кампании по позиционированию маргарина как более здоровой, диетической и подходящей для вегетарианцев альтернативы сливочному маслу. На розничном рынке по назначению выделяют маргарин для приготовления хлебобулочных изделий и маргарин для бутербродов. Как первый, так и второй принято обогащать добавками (например, Омега-3 или витаминами А, D и E). В состав маргарина могут входить и вкусовые добавки — кокосовое или оливковое масло. Кроме того, на упаковках дополнительно подчеркивается отсутствие в продукте трансжиров.

Кулинария как основной драйвер рынка маргарина в ОАЭ

Этническая и религиозная принадлежность жителей ОАЭ не накладывает ограничений на потребление маргарина. Спектр его применения в стране довольно широк — домашняя кулинария, промышленная переработка и сектор общественного питания.

Рис. 20. Структура потребления маргарина в ОАЭ по видам в стоимостном выражении, 2022 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Чуть более 60% объема рынка маргарина в ОАЭ приходится на кулинарию, то есть на производство теста (слоеного и песочного) и кондитерских кремов. Рост популярности домашней кулинарии вследствие коронавирусных ограничений стал драйвером спроса в этом сегменте (особенно среди женщин). Примерно 17% рынка занимают продажи столового маргарина, наиболее востребованного среди трудовых мигрантов; около 3% приходится на B2C-сегмент продаж бутербродного маргарина, рост которого продолжится с развитием туризма в стране.

Спрос на маргарин формирует сектор HoReCa

Важной чертой рынка ОАЭ является высокий уровень развития сектора HoReCa, который формирует спрос на определенные виды пищевых продуктов. В ОАЭ пользуются популярностью пекарни и кафе европейского образца, а также заведения быстрого питания; здесь маргарин является важным ингредиентом для мучных кондитерских и хлебобулочных изделий. Он реализуется в картонных коробках с целлофановой прослойкой весом 1–20 кг или с фасовкой в индивидуальные пластиковые упаковки в 1–2 кг. Кроме того, малообеспеченные мигранты предпочитают готовую еду (в том числе замороженную) — часто это калорийные изделия из теста (различные пироги, кексы, пирожные, пицца и др.).

Высокая сезонность спроса на маргарин в стране

Сезонный фактор, связанный как с религиозными (Ид аль-Адха и Ид аль-Фитр), так и со светскими праздниками (например, Новый год по григорианскому календарю), определяет спрос на продукты питания, в том числе на маргарин. В праздничные дни существенно увеличиваются объемы продаж как в рознице, так и в секторе общественного питания, соответственно, растет спрос на маргарин. Ввиду роста численности квалифицированных работников из Европы и США, в ОАЭ усиливаются сезонные пики спроса на Рождество и католическую Пасху.

Тенденции в потреблении

Политика ОАЭ по борьбе с ожирением

Достаточно жесткая политика правительства ОАЭ по борьбе с ожирением привела к идее полного отказа от продуктов с содержанием трансжиров к 2023 г. Однако столь радикальная мера была смягчена в сторону отказа от трансжиров только в пищевом производстве к 2030 г. Также правительством страны рассматриваются меры по снижению добавления соли и ограничения рекламы «нездоровой» продукции для детей, что может отразиться на рынке готовой мясной продукции и мучных кондитерских изделий — важных потребителях маргарина.

Среднесрочные прогнозы

После стагнации спроса на маргарин в 2021 г. объемы его продаж в рознице до 2028 г. будут расти со среднегодовыми темпами около 2,5%. Ключевыми драйверами спроса станут приток туристов и мигрантов из Южной и Юго-Восточной Азии, развитие хлебопекарного комплекса и пищевой промышленности.

Однако рынок маргарина может серьезно измениться при ужесточении регуляторной политики по контролю за использованием трансжиров в промышленности. Ограничения могут привести к росту цен на маргарин и сокращению продаж в низком ценовом сегменте при параллельном развитии премиального сегмента данной товарной категории с улучшенными характеристиками.

Товары-субституты

В потребительском секторе для кулинарных целей маргарин конкурирует как с растительными маслами для жарки, так и с твердыми маслами (гхи, кокосовое масло). В качестве намазки высококачественные маргарины конкурируют со сливочным маслом и спредами (причем не только в виде масел, но и мягких сыров и шоколадных или ореховых паст). В секторе пищевой промышленности субститутами маргарина выступают подсолнечное, рапсовое и пальмовое масла.

2.3. Торгово-распределительная сеть

В Объединенных Арабских Эмиратах пользуются популярностью мучные и хлебобулочные изделия, что связано с национальными особенностями и культурой питания. Спрос на данные продукты стимулирует потребление маргарина, поскольку большинство производителей использует его для приготовления теста. В связи с этим наибольшая доля маргарина в ОАЭ реализуется в секторе пищевой промышленности (около 80%). В секторе HoReCa и розничной торговли объемы продаж маргарина значительно меньше — 11,5 и 8% соответственно.

Пищевая промышленность

Спрос на маргарин и прочие кулинарные жиры в пищевой промышленности обеспечивают в основном производители мучных и шоколадных кондитерских изделий. Несмотря на набирающую популярность тенденцию здорового питания, а также меры по предотвращению распространения сахарного диабета,

спрос на кондитерские изделия по-прежнему растет как среди местного населения, так и среди живущих в стране иностранных специалистов. При этом значительная часть потребителей стала внимательнее относиться к составу продукции, делая выбор в пользу выпечки и сладостей «без сахара», «без трансжиров» и с минимальной степенью обработки.

К числу крупных компаний кондитерской отрасли ОАЭ, формирующих спрос на маргарин для производства выпечки и шоколадных конфет, можно отнести Almarai, Modern Bakery и IFFCO Group. Их продукция представлена практически во всех продуктовых магазинах страны. Стоит отметить, что потребители все больше отдают предпочтение сладостям и выпечке на растительной основе. Данная тенденция открывает новые возможности для производителей маргарина. При этом производители кондитерских изделий все чаще делают выбор в пользу маргарина, который позиционируется как полностью растительный или как «веганское сливочное масло».

Помимо крупных производителей спрос на маргарин и кулинарные жиры также поддерживают пекарни. За последние 10 лет они набрали огромную популярность среди жителей ОАЭ, поскольку эти небольшие заведения ассоциируются с западным образом жизни и предлагают свежую выпечку.

Ключевые игроки

Almarai — крупнейшая саудовская молочная компания, основанная в 1977 г. Основные владельцы: Savola Group, SALIC и сооснователь компании Султан бин Мухаммед Аль Кабир. Ассортимент продукции включает молоко, молочные продукты, выпечку и мучные кондитерские изделия, детское питание и соки. Продукция компании представлена в 110 тыс. розничных магазинах в Саудовской Аравии, ОАЭ, Египте, Кувейте, Омане, Иордании и Бахрейне. Доля продукции Almarai на рынке стран Персидского залива превышает 40%.

Modern Bakery — крупный производитель кондитерских изделий. На рынке с 1975 г. Продуктовый портфель превышает 2,5 тыс. наименований и включает хлеб, торты, выпечку, печенье, а также национальные кондитерские изделия. Продукция поставляется в ведущие торговые сети, кафе и рестораны быстрого питания, отели и крупнейшие кейтеринговые компании в ОАЭ, странах Персидского залива, Ближнего Востока и Северной Африки.

IFFCO Group — многонациональный холдинг, базирующийся в ОАЭ, основан в 1975 г. Ассортимент охватывает более 20 категорий продуктов питания. Специализируется на производстве и поставках кондитерской продукции, включая мучные и шоколадные изделия, мороженое, снеки. Кроме того, подразделения IFFCO производят масложировую продукцию, мясо птицы, муку, корма для животных, а также занимаются их реализацией на внутреннем рынке и поставками на экспорт.

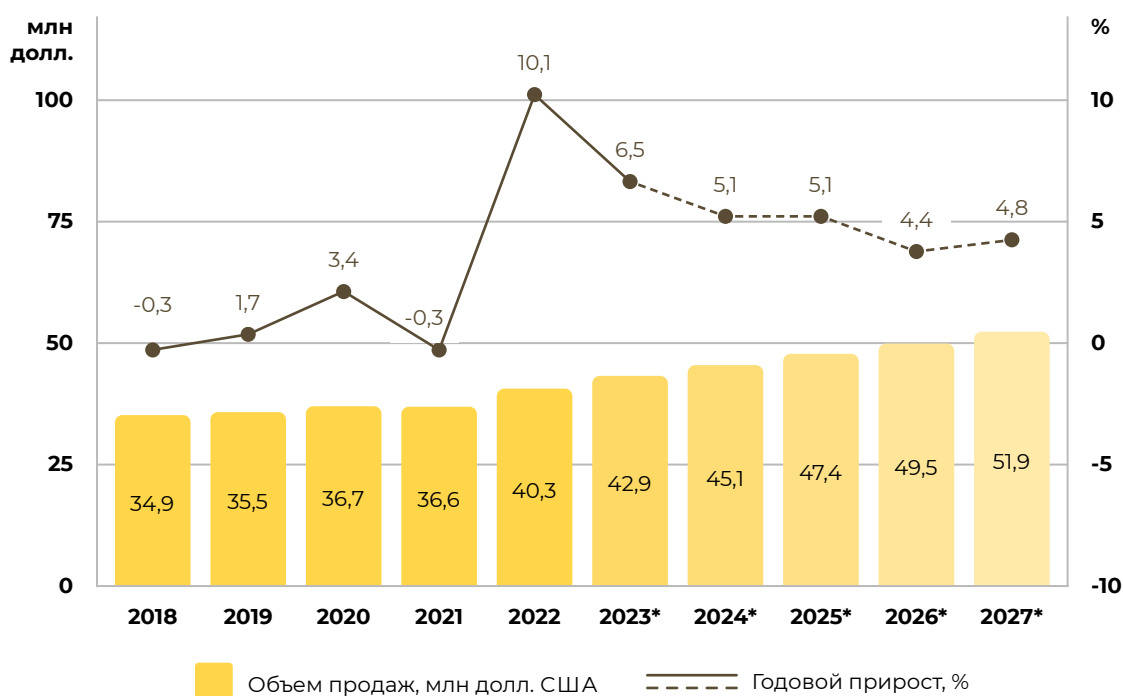
Розничная торговля

Сектор розничной торговли в ОАЭ — один из самых развитых среди стран Ближнего Востока и Персидского залива. При этом неформальная розничная торговля здесь весьма ограничена, что обусловлено строгим законодательным регулированием, а также высоким доверием потребителей к брендовым сетевым магазинам.

Сектор розничной торговли демонстрирует восстановление темпов роста после пандемии. Несмотря на развитие каналов электронной торговли, супермаркеты остаются популярным местом для совершения покупок среди потребителей в ОАЭ. Розничные сети привлекают покупателей с помощью модернизации торговых площадей, программ лояльности и поощрения клиентов, а также кастомизации продукции. Еще один тренд на рынке розничной торговли в ОАЭ — увеличение числа торговых точек премиум-класса на фоне роста благосостояния населения.

В 2023 г. через розничную торговлю было реализовано маргарина и кулинарных жиров на общую сумму 42,9 млн долл. США (+6,5% к 2022 г., +22,9% к 2018 г.). По прогнозам Euromonitor International, продажи данной товарной категории продолжают увеличиваться и в 2027 г. вырастут на 21% до 51,9 млн долл. США по отношению к 2023 г.

Рис. 21. Розничные продажи маргарина и кулинарных жиров в ОАЭ в стоимостном выражении, 2018–2027 гг., млн долл. США

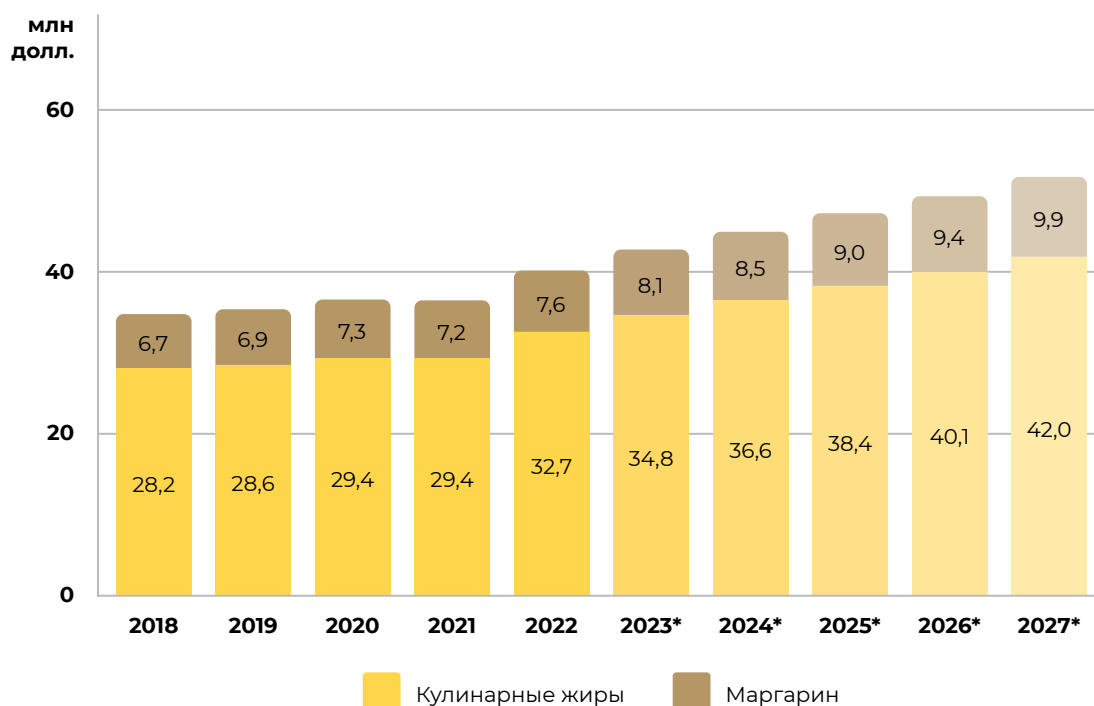


Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2023 г.

В структуре розничных продаж в 2023 г. наибольшая доля приходилась на кулинарные жиры — 81%. Доля маргарина существенно ниже и стабильна — 19%. В перспективе до 2027 г. существенных изменений в структуре розничных продаж данной товарной категории не ожидается.

Рис. 22. Структура розничных продаж маргарина и кулинарных жиров в ОАЭ по видам в стоимостном выражении, 2018–2027 гг., млн долл. США



Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2023 г.

Табл. 8. Цены на маргарин в розничных сетях ОАЭ

Бренд	Страна происхождения	Упаковка, г	Цена, долл. США	
			за упаковку	за 1 кг
Nawar	ОАЭ	250	2,1	8,4
Flora	Нидерланды	250	3,3	13,2
Meadowlea	Сингапур	500	4,1	8,2
Star	Филиппины	250	2,6	10,4

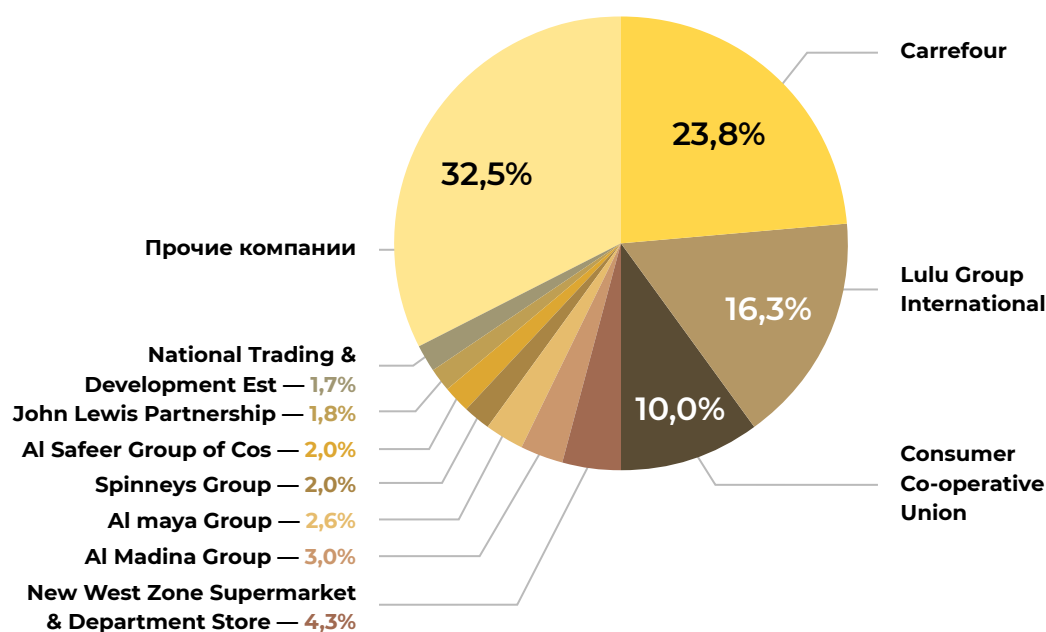
Источник: данные сайтов сетевых магазинов ОАЭ (Carrefour, Lulu Group International)

Продукция реализуется в бумажной упаковке и фольге. Наценка на маргарин для реализации в розничных сетях составляет 10–25%.

Ключевые игроки

Крупнейшие розничные сети в ОАЭ по объемам продаж: Carrefour (23,8% рынка), Lulu Group International (16,3%) и Consumer Co-operative Union (10,0%). На долю топ-3 розничных операторов в 2022 г. пришлось 50% продаж, на топ-10 — 67,5%.

Рис. 23. Ведущие розничные сети в ОАЭ по объемам продаж в стоимостном выражении, 2022 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Carrefour — французская мультинациональная корпорация розничной торговли, одна из крупнейших в мире сетей гипермаркетов; включает более 12 тыс. магазинов, расположенных в Европе, Бразилии, Аргентине, Северной Африке и Азии.

Lulu Group International — розничный конгломерат со штаб-квартирой в Абу-Даби (ОАЭ). Управляет сетью гипер- и супермаркетов Lulu. Компания работает в 23 странах Ближнего Востока, Азии, Европы и в США. Сеть включает 254 розничных магазина.

Consumer Co-operative Union (CCU) — один из первых и крупнейших потребительских кооперативов в ОАЭ. Включает 26 филиалов. Компании также принадлежат шесть торговых центров: Al Warqa City Mall, Etihad Mall, Al Barsha Mall, Al Barsha South Mall, Nad Al Hamar Center и Al Nahda. Кроме того, кооператив запустил сеть магазинов под названием Coop.

New West Zone Supermarket & Department Store — розничная компания; управляет супермаркетами и универмагами в ОАЭ. Сеть из 150 супермаркетов охватывает всю территорию страны. New West Zone владеет торговыми центрами, гостиницами, предприятиями розничной торговли, девелоперской компанией и брендом одежды.

Al Madina Group — розничный конгломерат, управляющий сетью супер- и гипермаркетов по всей стране. Магазины Al Madina предлагают широкий ассортимент товаров: бакалею, свежие продукты, товары для дома, электронику и др.

Оптовая торговля

Розничные сети в ОАЭ часто импортируют продукцию напрямую, а также имеют партнерские соглашения с крупными импортерами и дистрибьюторами, которые своевременно поставляют всю необходимую продукцию. Заведения общественного питания и небольшие розничные магазины, как правило, работают через трейдеров и агентов. В стране практически нет импортеров, которые специализируются только на одной категории товаров, напротив, они охватывают широкий продуктовый ассортимент.

Табл. 9. Цены на маргарин в секторе оптовой торговли в ОАЭ

Бренд	Страна происхождения	Упаковка, г	Цена, долл. США	
			за упаковку	за 1 кг
Mumtaz	ОАЭ	500	1,5	3,0
Star	Филиппины	250	173,7 (за 72 шт.)	9,7
Star (IFFCO)	ОАЭ	10 000	36,8	3,7

Источник: данные сайтов оптовых продавцов ОАЭ (*Menakart*, *Falcon's Eye Marketing*)

Продукция реализуется в бумажной упаковке и фольге в коробках по несколько штук.

Ключевые игроки

Safco — дистрибьютор продуктов питания и напитков, на рынке с 1994 г. Осуществляет оптовую торговлю, а также поставки в сектор HoReCa. Продуктовый портфель содержит более 25 тыс. наименований. Ассортимент включает маргарин местного производства, а также продукцию из Турции и Малайзии.

Sidco Foods — многопрофильный дистрибьютор, импортер и оптовый продавец продуктов питания и напитков. Осуществляет поставки в розницу и сектор HoReCa. Реализует маргарин как местного, так и импортного производства.

Falcon's Eye Marketing — дистрибьютор ингредиентов для хлебобулочной и кондитерской промышленности, поставщик продуктов питания в сектор HoReCa. Работает во всех странах Персидского залива. В ассортименте компании присутствует маргарин местного производства, а также малайзийская продукция.

Fresh Supplies — крупный поставщик пищевых ингредиентов для хлебобулочной, кондитерской и молочной промышленности. Осуществляет поставки на предприятия сектора HoReCa и розничной торговли. Работает как с местными, так и с европейскими производителями.

Horeca Dubai — крупный поставщик продуктов питания и напитков в сектор HoReCa ОАЭ. Осуществляет оптовую торговлю маргарином малайзийского происхождения.

Электронная торговля

В секторе электронной коммерции объемы реализации маргарина по состоянию на 2024 г. незначительны. Правительство страны активно развивает систему мер поддержки онлайн-торговли, к которым относятся: регистрация электронных торговых площадок в свободной экономической зоне Dubai CommerCity (DCC), интеграция в систему EZDubai, а также упрощение порядка лицензирования торговли через социальные сети.

Участники рынка розничной торговли развивают стратегию омниканальности, что позволяет им конкурировать с электронными торговыми площадками. Например, в число крупнейших платформ входят интернет-магазины Carrefour, LuLu и T. Choithram & Sons. Учитывая, что программы лояльности розничных торговых сетей действуют и в их онлайн-магазинах, другие игроки рынка также вынуждены использовать дополнительные инструменты привлечения потребителей. К таким инструментам, как правило, относятся оптимизация сервисов по доставке и внедрение подписки на товары, для совершения покупок по более низким ценам.



Табл. 10. Цены на маргарин на электронных площадках ОАЭ

Бренд	Страна происхождения	Упаковка, г	Цена, долл. США	
			за упаковку	за 1 кг
Nawar	ОАЭ	500	3,8	7,6
Flora	Нидерланды	500	6,1	12,2
Meadowlea	Сингапур	500	5,2	10,4
Star	Филиппины	250	2,0	8,0

Источник: данные электронных площадок ОАЭ ([SuperMart.ae](#), [Carrefour](#))

Продукция реализуется в бумажной упаковке и фольге; наценка на электронных площадках составляет 10–25%.

Сектор HoReCa

Стабильное увеличение числа ресторанов как западной, так и азиатской кухни поддерживает спрос на маргарин и прочие кулинарные жиры в секторе HoReCa. При этом стоит отметить, что большинство ресторанов и кафе, позиционируемых как премиальные, уделяют повышенное внимание качеству продукции: часто выбор делается в пользу качественного сливочного масла, а также маргарина с пониженным содержанием трансжиров либо вовсе без них. Потребители также стали интересоваться ингредиентами, которые используются для приготовления тех или иных блюд, а большинство заведений общественного питания к своим меню теперь прилагают дополнительный информационный лист с описанием состава.

Практически все производители маргарина и кулинарных жиров на рынке ОАЭ выпускают линейки продукции, ориентированные на гостинично-ресторанный сектор. Так, крупнейшая компания на рынке маргарина Upfield Middle East, в портфель которой входят бренды Flora Professional и Violife Professional⁴, использует упаковки большого размера (весом 1 кг), которые позиционируются как веганское сливочное масло. Все производители учитывают тот факт, что ассоциация маргарина с продуктом низкой ценовой категории становится менее эффективным средством для привлечения потребителей, поэтому делают акцент на качественном составе и указывают на упаковке: «не содержит аллергенов», «без лактозы», «веганский», «не содержит трансжиров». Многие премиальные заведения общественного питания также зачастую запрашивают кулинарные жиры с маркировкой «Халяль».

⁴ Дополнение Professional в названии бренда указывает на то, что данная линейка продукции адаптирована специально под сектор HoReCa.

Ключевые игроки

Americana Restaurants International — один из ведущих мировых операторов ресторанов быстрого питания. Сеть из 2 277 ресторанов охватывает 12 стран, включая государства Ближнего Востока, Северной Африки и Казахстан. В портфеле компании такие бренды, как KFC, Hardees, Pizza Hut, Krispy Kreme, TGI Fridays' и др.

National Corporation for Tourism and Hotels — национальная корпорация туризма и гостиниц (NCT&H), владеет и управляет несколькими отелями и курортами в Абу-Даби: InterContinental Hotel Abu Dhabi, Danat Al Ain Resort, Danat Jebel Dhanna Resort и Dhafra Beach Hotel. У компании также есть подразделения, занимающиеся кейтерингом, розничной торговлей и перевозками пассажиров.

Cravia — основанная в 2001 г., компания выросла из торговой точки Cinnabon в Абу-Даби и стала одной из самых успешных и быстрорастущих франчайзинговых платформ в сфере продуктов питания и напитков на Ближнем Востоке. В портфель Cravia входят такие бренды, как Five Guys, Zaatar w Zeit, Cinnabon, Seattle's Best Coffee и мороженое Carvel. У компании также есть собственный бренд WKD Chicken.

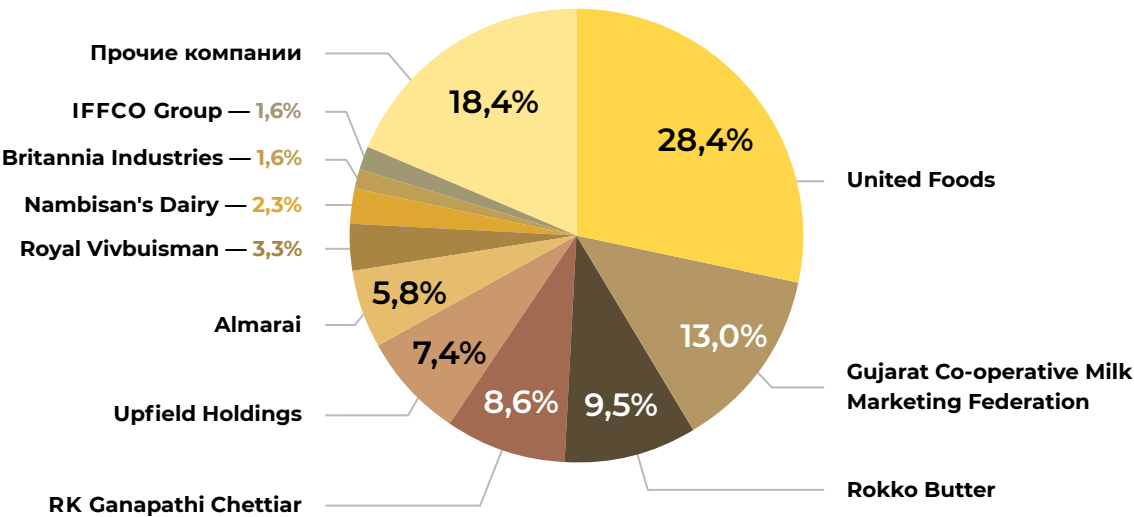
Emirates Leisure Retail — дочерняя компания Emirates Group, владеет и управляет обширной сетью ресторанов, кафе и баров на Ближнем Востоке, в Австралии, Азии, США и Восточной Африке. В портфеле компании — Costa Coffee, Sports Shack, Pret A Manger, Giraffe World Kitchen и др. Emirates Leisure Retail представлена более чем 300 торговыми точками.



2.4. Конкурентная среда и участники рынка

Рынок маргарина и кулинарных жиров в ОАЭ характеризуется высокой степенью конкуренции, на нем представлены как местные, так и международные бренды. По оценке Euromonitor International, наибольшую долю на рынке товаров данной категории в 2023 г. занимала локальная компания United Foods (28,4% рынка), которая реализует в ОАЭ кулинарные жиры под брендом Aseel и маргарин Mumtaz. На рынке также представлена продукция компаний: индийской Gujarat Co-operative Milk Marketing Federation (13% рынка), японской Rokko Butter (9,5%), индийской RK Ganapathi Chettiar (8,6%), саудовской Almarai (7,2%). Всего на топ-10 компаний пришлось 81,6% рынка маргарина и кулинарных жиров.

Рис. 24. Структура розничных продаж маргарина и кулинарных жиров в ОАЭ по компаниям в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Лидером рынка кулинарных жиров в ОАЭ в 2023 г. выступала компания United Foods с брендом Aseel, на долю которого приходилось 27,9% розничных продаж в стоимостном выражении. Значимые позиции на рынке занимали также компании Gujarat Co-operative Milk Marketing Federation (16,1% розничных продаж), Rocco Butter (11,8%) и RK Ganapathi Chettiar (10,6%).

Табл. 11. Структура розничных продаж кулинарных жиров в ОАЭ по компаниям и брендам в стоимостном выражении, 2018–2023 г., млн долл. США

Компания	Бренд	2018	2019	2020	2021	2022	2023*	Доля в 2023 г., %
United Foods	Aseel	5,6	7,8	8,0	8,5	9,0	9,7	27,9

Продолжение табл. 11.

Компания	Бренд	2018	2019	2020	2021	2022	2023*	Доля в 2023 г., %
Gujarat Co-operative Milk Marketing Federation	Amul	2,5	3,0	4,2	4,7	5,2	5,6	16,1
Rokko Butter	QBB	3,3	3,5	3,7	3,1	3,8	4,1	11,8
RK Ganapathi Chettiar	RKG Pure Ghee	—	2,4	2,6	2,8	3,3	3,7	10,6
Almarai	Almarai	0,4	0,4	1,1	1,9	2,3	2,5	7,2
Royal Vivbuismann	Gold Medal Pure Ghee	—	1,1	1,1	1,1	1,3	1,4	4,0
Nambisan's Dairy	Nambisan's Pure Ghee	—	0,6	0,7	0,8	0,9	1,0	2,9
Britannia Industries	Britannia	—	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7	2,0
IFFCO Group	Hayat	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	0,7	2,0
Westbury Group	Dalda	0,3	0,3	0,3	0,3	0,5	0,6	1,7
Arla Foods Amba	Lurpak	4,4	4,5	1,4	—	—	—	—
Прочие компании	Прочие бренды	11,4	4,0	5,2	5,1	5,0	4,8	13,8
Итого		28,2	28,6	29,4	29,4	32,7	34,8	100,0

Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. *Оценка.

Наиболее популярными брендами маргарина в 2023 г. являлись Flora от компании Upfield Holdings и Mumtaz от United Foods, на которые приходилось 32,1% и 29,6% розничных продаж маргарина в стоимостном выражении соответственно.

Табл. 12. Структура розничных продаж маргарина в ОАЭ по компаниям и брендам в стоимостном выражении, 2018–2023 г., млн долл. США

Компания	Бренд	2018	2019	2020	2021	2022	2023*	Доля в 2023 г., %
Upfield Holdings	Flora	2,2	2,3	2,5	2,4	2,4	2,6	32,1
United Foods	Mumtaz	1,9	2	2,1	2,1	2,2	2,4	29,6
Wilmar International	Meadow	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	8,6
Upfield Holdings	Bertolli	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	4,9

Продолжение табл. 12.

Компания	Бренд	2018	2019	2020	2021	2022	2023*	Доля в 2023 г., %
Upfield Holdings	I Can't Believe It's Not Butter!	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	2,5
San Miguel Corp	Star	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	1,2
United Foods	Nawar	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	1,2
Прочие компании	Прочие бренды	1,4	1,3	1,4	1,4	1,7	1,6	19,8
Итого		6,7	6,9	7,3	7,2	7,6	8,1	100,0

Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. *Оценка.

Ведущие национальные производители

United Foods	
Страна	ОАЭ
Основные виды деятельности	Производство, экспорт, сбыт
Контактная информация	Адрес: Al Quoz 1, P.O. Box 5836, Dubai, UAE Тел.: +971 4 506 3800 Сайт: www.unitedfoods.ae
Описание	Государственная компания, занимающаяся производством, переработкой и реализацией различных видов растительных масел
Оценка занимаемой доли рынка	Доля на рынке маргарина и кулинарных жиров ОАЭ оценивается в 28,4% в стоимостном выражении
Ассортиментный портфель	Маргарин  Размер упаковки: 250 г 500 г

IFFCO Group	
Страна	ОАЭ
Основные виды деятельности	Производство, экспорт, сбыт
Контактная информация	Адрес: 41–44 Floor, Tiffany Tower, Cluster W, Jumeirah Lake Towers, P.O. Box 3181, Dubai, UAE Тел.: +971 4 215 0000 Сайт: www.iffco.com
Описание	Многонациональный холдинг, базирующийся в ОАЭ, основан в 1975 г. Производит, поставляет на внутренний рынок и на экспорт кондитерскую продукцию, в том числе мучные изделия, мороженое, снеки, шоколадные изделия, а также масложировую продукцию, мясо птицы, муку, животноводческие корма. Ассортимент продукции охватывает более 20 категорий продуктов питания
Оценка занимаемой доли рынка	Доля на рынке маргарина и кулинарных жиров ОАЭ оценивается в 1,6% в стоимостном выражении
Ассортиментный портфель	Реализует продукцию в упаковках по 2 кг

Ведущие иностранные поставщики

Upfield Holdings	
Страна	Нидерланды
Основные виды деятельности	Производство, экспорт, сбыт
Контактная информация	Адрес: Beethovenstraat 551, 7th floor, Amsterdam, Netherlands Тел.: +31 201 894 2540 Сайт: www.upfield.com
Описание	Мировой лидер по производству продуктов питания растительного происхождения: растительных масел, спредов и др. Продукция компании представлена в 90 странах мира
Оценка занимаемой доли рынка	Доля на рынке маргарина и кулинарных жиров ОАЭ оценивается в 7,4% в стоимостном выражении
Ассортиментный портфель	Маргарин    Размер упаковки: 250 г 500 г

Wilmar International	
Страна	Сингапур
Основные виды деятельности	Производство, экспорт, сбыт
Контактная информация	Адрес: Biopolis Road 28, Singapore Тел.: +65 6216 0244 Сайт: https://pyramidwilmar.com
Описание	Вертикально интегрированная компания. Один из крупнейших холдингов Сингапура, имеет более 300 дочерних предприятий. Компания основана в 1991 г., в 2006 г. приобрела активы по производству пальмового масла
Оценка занимаемой доли рынка	Доля на рынке маргарина и кулинарных жиров ОАЭ оценивается в 1,6% в стоимостном выражении
Ассортиментный портфель	Маргарин  Размер упаковки: 500 г
San Miguel	
Страна	Филиппины
Основные виды деятельности	Производство, экспорт, сбыт
Контактная информация	Адрес: San Miguel Avenue 40, Mandaluyong City, Metro Manila, Philippines Тел.: +632 8 632 3000 Сайт: www.sanmiguel.com.ph
Описание	Одна из крупнейших и наиболее диверсифицированных филиппинских корпораций. Занимается производством напитков, продуктов питания и упаковки; развитием недвижимости, сбытом автомобилей и другими видами деятельности
Оценка занимаемой доли рынка	Доля на рынке маргарина и кулинарных жиров ОАЭ оценивается в 0,2% в стоимостном выражении
Ассортиментный портфель	Маргарин  Размер упаковки: 250 г

Требования и стандарты на продукцию



3

3.1. Контролирующие органы

Контролирующие органы Российской Федерации

Уполномоченными органами Российской Федерации по осуществлению федерального государственного контроля в области обеспечения качества и безопасности продукции в пунктах пропуска через российскую государственную границу являются Федеральная служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор) и Федеральная таможенная служба.

В соответствии с законодательством Российской Федерации пищевую продукцию принято разделять на подконтрольную и неподконтрольную, а подконтрольную, в свою очередь, — на продукцию животного (подконтрольна ветеринарному надзору) и растительного происхождения (подконтрольна фитосанитарному надзору).

Согласно документам⁵, принятым на межгосударственном и государственном уровне, маргарин при экспорте из Российской Федерации не подлежит ветеринарному или фитосанитарному контролю (надзору), не подпадает под регулирование деятельности со стороны Россельхознадзора. Прежде всего, это означает, что при осуществлении экспортных поставок маргарина не требуется наличие фитосанитарного сертификата, который является обязательным документом для вывоза установленного перечня продукции растительного происхождения. Однако это не отменяет проведения при импорте продукции осуществления ряда необходимых действий со стороны компетентных служб страны-импортера. Для подтверждения соответствия могут потребоваться некоторые иные сертификаты, гарантирующие выполнение всех обязательных условий принимающей стороны, — например, протоколы испытаний, сертификаты здоровья, качества, веса, сертификат об отсутствии ГМО и др.

По показателям безопасности маргарин и его упаковка должны соответствовать требованиям следующих технических регламентов, действующих на территории ЕАЭС:

- «О безопасности пищевой продукции» ([ТР ТС 021/2011](#));
- «Технический регламент на масложировую продукцию» ([ТР ТС 024/2011](#));
- «Пищевая продукция в части ее маркировки» ([ТР ТС 022/2011](#));
- «О безопасности упаковки» ([ТР ТС 005/2011](#)).

⁵ Решение Комиссии Таможенного союза от 18.06.2010 № 317 «О применении ветеринарно-санитарных мер в Евразийском экономическом союзе»; решение Комиссии Таможенного союза от 18.06.2010 № 318 «Об обеспечении карантина растений в Таможенном союзе»; постановление Правительства Российской Федерации от 30.06.2021 № 1079 «О федеральном государственном контроле (надзоре) в области обеспечения качества и безопасности зерна и продуктов переработки зерна».

Подтверждением того, что продукция соответствует требованиям технических регламентов и, следовательно, допущена на рынок ЕАЭС для обращения, служит декларация о соответствии.

Заявитель может оформить (зарегистрировать) данный документ самостоятельно через [сервис регистрации деклараций о соответствии](#), специально разработанный Федеральной службой по аккредитации, или в российских органах по сертификации⁶. Без декларации о соответствии выпуск продукции в обращение на рынки стран ЕАЭС невозможен.

В отношении показателей качества маргарина необходимо руководствоваться межгосударственным стандартом ГОСТ 32188 «Маргарины. Общие технические условия» от 2013 г.⁷

Контролирующие органы ССАГПЗ

ОАЭ — член Совета сотрудничества арабских государств Персидского залива (ССАГПЗ). Законы о продуктах питания разрабатываются в рамках Организации по стандартизации ССАГПЗ (GSO) и принимаются странами-участницами. Все страны ССАГПЗ, включая ОАЭ, также имеют полномочия разрабатывать и принимать собственное национальное законодательство в области продовольствия в дополнение к положениям GSO.

Страны – участницы ССАГПЗ создали GSO в качестве структуры для разработки стандартов на продукты питания и непродовольственные товары. Технические регламенты и стандарты GSO, касающиеся продуктов питания, определяют основные требования к импорту продовольствия в регионе Персидского залива. Как правило, нормативные акты формально вводятся в действие посредством министерского указа, опубликованного в официальном правительственном вестнике каждой страны. Комиссия «Кодекс Алиментариус», Международная организация по стандартизации (ISO), Европейское агентство по безопасности пищевых продуктов (European Food Safety Authority, EFSA) и Управление по контролю качества пищевых продуктов и лекарственных средств США (U.S. Food and Drug Administration, FDA) служат ориентирами при разработке стандартов и технических регламентов GSO. Однако не всегда законы стран ССАГПЗ совпадают с ними в части требований стандартов.

Страны ССАГПЗ также являются членами Всемирной торговой организации (ВТО) и обязаны уведомлять ВТО о любых предлагаемых стандартах или правилах. Со стандартами и техническими регламентами ССАГПЗ можно ознакомиться на сайте [GSO](#). Стандарты / технические регламенты GSO защищены авторским правом и должны быть приобретены заинтересованными лицами, в адрес которых направляются заказанные индивидуальные экземпляры

⁶ С полным перечнем аккредитованных органов по сертификации и лабораторий можно ознакомиться в [реестре аккредитованных лиц](#).

⁷ <https://internet-law.ru/gosts/gost/55504>

документов в электронном или печатном виде. В связи с этим требования к продукции не публикуются в открытых источниках. Эти документы можно приобрести в официальном интернет-магазине (Standards Store).

Контролирующие органы ОАЭ

В ОАЭ несколько министерств и муниципалитетов разделяют юрисдикцию по обеспечению безопасности пищевых продуктов и регулированию импорта сельскохозяйственных товаров. На федеральном уровне Министерство по вопросам изменения климата и охране окружающей среды ([MOCCAE](#)) и Министерство промышленности и передовых технологий ([MOIAT](#)) контролируют законы и стандарты для пищевых продуктов внутри страны. Другие министерства, такие как Министерство здравоохранения и профилактики (Ministry of Health and Prevention; [MOHAP](#)) и Министерство продовольственной и водной безопасности (Food and Water Security), также могут участвовать в разработке определенных правил и законов. Местные муниципалитеты в каждом эмирате отвечают за соблюдение федеральных требований для пищевых продуктов, обеспечивая соответствие всех импортируемых и отечественных продуктов национальному законодательству.

Основной задачей Министерства экономики ([MOEC](#)) является развитие национальной экономики на высоком конкурентном уровне. В пределах своих компетенций ведомство формирует экономическую и коммерческую политику страны; составляет планы, программы и проекты, необходимые для ее реализации; разрабатывает проекты законодательных актов и организационных регламентов для регулирования торгово-экономической деятельности на территории ОАЭ и осуществляет надзор за выполнением этих актов; сотрудничает с заинтересованными государственными органами ОАЭ при заключении экономических и коммерческих соглашений; организует международные и региональные выставки; осуществляет подготовку исследований; занимается централизацией статистических работ в сфере экономического развития и др.

[MOCCAE](#) решает вопросы, связанные с международными и внутренними проблемами изменения климата, путем реализации комплексной стратегии и инициатив по смягчению последствий его изменения, адаптации к ним и защите уникальных экологических систем. Ведомство поддерживает усилия ОАЭ по достижению устойчивого развития и сохранению позиции государства в качестве регионального и международного лидера в данной сфере. Одновременно министерство занимается вопросами сельского хозяйства и пищевой безопасности. Среди его полномочий — выдача разрешений на импорт продовольственных товаров при первом ввозе продукции на рынок ОАЭ.

Федеральное таможенное управление ([FCA](#)) было учреждено Федеральным законом ОАЭ от 2003 г. № 1. В этом документе определен круг основных полномочий и обязанностей ведомства, исходя из того, что оно занимается разработкой таможенной политики в сотрудничестве с таможенными администрациями, подготовкой унифицированных законодательных актов для регулирования таможенной деятельности, осуществляет надзор за соблюдением норм и исполнением предписаний таможенными администрациями и соответствующи-

ми государственными органами, а также в сотрудничестве с компетентными органами обеспечивает защиту государства от мошеннических операций и контрабанды.

Управление по сельскому хозяйству и безопасности пищевых продуктов Абу-Даби ([ADAFSA](#)) обладает полномочиями в области сельского хозяйства, продовольственной безопасности и биобезопасности в эмирате Абу-Даби. Это единственное в ОАЭ автономное правительственное ведомство на региональном уровне (уровне эмиратов), сфера деятельности которого охватывает процессы всей пищевой цепочки. В целях обеспечения продовольственной безопасности населения управление уполномочено осуществлять контроль и инспекцию продовольственных и сельскохозяйственных учреждений, ферм, сельскохозяйственных производств, импорта и экспорта продуктов, реализации в Абу-Даби продуктов, произведенных в других регионах страны. В сотрудничестве с компетентными органами ведомство также контролирует создание запасов продовольствия и управление ими на случай чрезвычайных ситуаций.

В 2020 г. вопросы стандартизации и метрологии были переданы от Управления по стандартизации и метрологии ОАЭ (ESMA) в компетенцию [MOIAT](#). Министерство принимает участие в разработке стандартов в Организации по стандартизации ССАГПЗ (GSO). В результате ESMA и весь функционал данного управления (например, услуги по обеспечению соответствия, стандартизации, метрологии и аккредитации) были объединены в структуру MOIAT.

Отдел оценки соответствия MOIAT проводит сертификацию по международным методикам. Сертификаты соответствия выдаются на продукты, соответствующие национальным стандартам или стандартам GSO. Помимо сертификатов, выданных центрами сертификации, аккредитованными MOIAT, в стране принимаются сертификаты центров⁸, аккредитованных в Международном центре по аккредитации ОАЭ ([EIAC](#)).

Местные муниципалитеты в каждом эмирате служат администраторами федеральных регламентов, обеспечивая соответствие всей импортируемой продукции стандартам и требованиям страны.

В 2018 г. ОАЭ внедрили Национальную систему аккредитации и регистрации пищевых продуктов (National Scheme for Food Accreditation and Registration). В ее рамках создана система [ZAD](#), в которой должны быть зарегистрированы все продукты питания и до начала продаж в Эмиратах подвергнуты проверке на соответствие законодательству.

⁸ Список таких центров доступен [на сайте EIAC](#).

3.2. Требования к производителям

От производителя требуется соблюдение национальных, региональных (GSO) и/или международных стандартов, а также использование эффективной системы управления качеством. Все этапы и условия производства экспортной продукции должны соответствовать действующим требованиям России, ЕАЭС и ОАЭ. Предприятие должно разработать, внедрить и поддерживать процессы, основанные на принципах HACCP. С наиболее полной информацией о сертификации HACCP можно ознакомиться на [сайте ФГБУ «Агроэкспорт»](#).

3.3. Требования к продукции

Перед ввозом в ОАЭ необходимо провести проверку соответствия продукции требованиям местного законодательства, а также зарегистрировать ее в муниципалитете соответствующего эмирата. Общие требования к экспортируемым продуктам питания содержатся в стандарте UAE.S 2055-1.

В ОАЭ действует национальная система аккредитации и регистрации пищевых продуктов. Согласно указу МОССАЕ от 2018 г. № 239 «О национальной системе аккредитации и регистрации пищевых продуктов», все уточнения на этикетках продуктов питания (импортного или местного производства), касающиеся ингредиентов или состава, должны быть зарегистрированы в электронной системе [ZAD](#), которая представляет собой интегрированную платформу для данных о пищевых продуктах. Эта система предназначена для регистрации всех продуктов питания перед продажей в ОАЭ и проверяет их соответствие законам страны о пищевых продуктах.

Процесс регистрации требует, чтобы импортеры ОАЭ подали онлайн-заявку и предоставили:

- копии этикетки продукта;
- копии упаковки;
- официальные сертификаты от компетентного органа в стране происхождения (в России — от Россельхознадзора), подтверждающие заявленные характеристики продукта (например, информацию о его безопасности или пищевой ценности).

Как только запрос на регистрацию будет одобрен, импортер получит свидетельство о регистрации продукта через платформу ZAD. После того как продукт будет официально зарегистрирован в ZAD, импортер сможет подать заявку на получение разрешения на импорт и доставить груз через любой порт в ОАЭ.

Регистрация пищевых продуктов в ZAD в сочетании с процедурами проверки импорта призвана обеспечить соблюдение следующих условий:

- товары соответствуют санитарным и фитосанитарным требованиям ОАЭ, техническим регламентам, стандартам и другим требованиям, установленным двусторонними соглашениями между ОАЭ и страной-поставщиком;
- на экспортера не наложены ограничения властями страны-поставщика на основании санитарных и фитосанитарных требований;
- пищевая продукция соответствует всем остальным техническим регламентам, касающимся маркировки, срока годности, микробиологических стандартов и др.;
- все результаты лабораторных испытаний соответствуют техническим регламентам и стандартам ОАЭ;
- продукты животного происхождения поставляются с утвержденного предприятия в стране происхождения;
- продукт соответствует всем требованиям маркировки «Халяль».

Помимо федеральной платформы ZAD допускается регистрация на сервисах муниципалитета Дубая — в системе импорта и реэкспорта продуктов питания (FIRS) или на платформе [ZADI](#). Чтобы получить доступ к системе FIRS, которая используется для регистрации продуктов питания и утверждения этикетки в эмирате Дубай, импортер должен заполнить онлайн-заявку, предоставить данные компании, загрузить торговую лицензию, необходимые сертификаты, а затем произвести платеж и получить доступ в систему⁹. Как только импортер получит аккаунт и пароль, он сможет пользоваться системой FIRS для запросов на импорт или реэкспорт продуктов питания, отслеживать любые штрафы и сборы, регистрировать пищевую продукцию, проводить предварительную верификацию этикеток (Label Assessment) и многое другое.

После регистрации продукта импортер может подать заявку на Label Assessment. Для этого необходимо загрузить копию этикетки и предоставить необходимую информацию (в основном об ингредиентах). Если регистрация продукта и Label Assessment прошли успешно, импортер может подать заявку на импорт. Запросы на импорт отправляются также через системы ZAD или FIRS. Импортеру необходимо предоставить информацию, о порте въезда, номере накладной, дате прибытия, стране происхождения и др.

По прибытии товаров возможна их проверка на соответствие стандартам и информации, заявленной импортером в ZAD или FIRS. После прохождения проверки и карантина груза импортер должен оплатить таможенную пошлину и выпустить товар.

⁹ Доступ в FIRS предоставляется после регистрации на [сайте муниципалитета Дубая](#).

Документы могут быть оформлены на английском языке, перевод на арабский для ускорения таможенного оформления не требуется.

Сертификат «Халяль»

Сертификат «Халяль» не обязателен для маргарина, однако он будет способствовать продвижению данного продукта на рынке ОАЭ. Такой сертификат выдается национальным или иным органом по сертификации «Халяль», имеющим аккредитацию [MOIAT](#) или [EIAC](#). Если сертифицирующий орган не имеет аккредитации, то сертификат «Халяль» может быть признан недействительным.

Для оценки соответствия продукции требованиям «Халяль» необходимо подтверждение того, что данная продукция не нарушает мусульманских традиций: в ее составе отсутствуют запрещенные ингредиенты; животные компоненты получены от животных, убитых в соответствии с исламскими принципами; при переработке используется только разрешенная техника.

Аккредитованная компания проводит аудит производства на соответствие законам шариата с точки зрения требований к пищевым продуктам. Процесс сертификации включает проверку ингредиентов, инспектирование производства, сырьевых складов и складов готовой продукции, а также контроль документации внедренной на предприятии системы менеджмента качества. При этом проводятся дополнительные лабораторные исследования готовой продукции, такие как проверка отсутствия ДНК свинины и алкоголя, что отличается от принятых в России процедур.

Основные требования стандарта UAE.S GSO 2055-1:2015 для получения сертификата «Халяль»:

- 1) Регулярное проведение лабораторных исследований (химических, микробиологических, радиологических и генетических), в том числе контроль более 30 дополнительных показателей при исследовании воды и 10 дополнительных показателей для готовой пищевой продукции.
- 2) Исследования первичной упаковки на скорость миграции веществ.
- 3) Все пищевые добавки и сырье, используемые в производстве халяльных продуктов питания, должны иметь сертификаты «Халяль» от производителя/поставщика или иметь спецификации, подтверждающие отсутствие запрещенных в исламе ингредиентов.
- 4) При очистке и обслуживании оборудования и устройств, контактирующих с халяльными продуктами, не должны использоваться моющие жидкости, смазки и масла, содержащие нехаляльные компоненты или материалы, например этиловый спирт.
- 5) Производственный процесс, организованный в соответствии с регламентами и инструкциями, должен гарантировать, что для не соответствующей стандарту "Халяль" продукции не может быть использована упаковка с логотипом "Халяль".

- 6) Запрещенные в исламе сырьевые компоненты, (спирт, коньяк, спиртовые экстракты и др.) должны храниться отдельно от сырьевых халяльных компонентов, чтобы была исключена контаминация последних по всей производственной цепочке.
- 7) Информация для потребителя на упаковке должна быть согласованной и идентичной на всех языках, в том числе на арабском.
- 8) Халяльная продукция должна быть промаркирована и отделена в зонах хранения от нехаляльных продуктов.

Общий порядок получения лицензии и права использования маркировки «Халяль»:

- 1) Подписание договора на проведение сертификации «Халяль».
- 2) Предоставление пакета юридических и технологических документов в сертифицирующий орган.
- 3) Проведение сотрудниками сертифицирующей организации аудита предприятия, который включает полную проверку цепочки производства: от складов сырья до склада готовой продукции и мест ее отгрузки.
- 4) Проверка поставщиков, спецификаций и другой документации на ингредиенты и готовую продукцию.
- 5) В случае вынесения замечаний сертифицирующая организация должна предоставить предприятию план корректирующих действий со сроками устранения выявленных недочетов.
- 6) Проверка и согласование макетов упаковок, в том числе на арабском языке.
- 7) После устранения всех недочетов сертифицирующая организация выдает предприятию сертификат «Халяль».

Требования к маргарину

Требования к качеству маргарина в ОАЭ определяются техническим регламентом [GSO 1289:2007](#) «Маргарин и методы его испытаний», а также техническим регламентом GSO 1229:2021 «Стандарт для жировых и смешанных спредов», основой для которого послужил стандарт на спреды CXS 256 Кодекса Алиментариус.

Технический регламент GSO 1289:2007 «Маргарин и методы его испытаний» устанавливает требования к составу и качеству маргарина, пищевым добавкам, загрязняющим веществам, а также санитарно-гигиенические требования к производству и переработке, упаковке, маркировке, хранению, транспортировке, методам контроля.

Маргарин должен соответствовать следующим требованиям:

- не содержать продуктов свиноводства и их производных;
- иметь вкус, запах, цвет и консистенцию, аналогичные натуральному сливочному маслу;
- не содержать примесей, иметь признаков прогоркания, не иметь постороннего привкуса и запаха;
- иметь форму гомогенной эмульсии высокой вязкости и не прилипать к поверхностям при использовании;
- производство должно соответствовать гигиеническим требованиям, установленным стандартом GSO 21:2021 «Гигиенические правила для пищевых предприятий и их персонала»;
- не содержать иных животных жиров, кроме молочного;
- содержание жира должно быть не менее 80% по массе;
- содержание воды не должно превышать 16%;
- температура плавления столового маргарина не должна превышать 36 °C, а маргарина, используемого в пекарнях, — 44 °C.

В маргарин разрешено добавлять следующие вещества:

- витамин Е и его эфиры;
- витамин D;
- витамин А и его эфиры с содержанием менее 20 000 МЕ на 1 кг;
- другие витамины;
- хлорид натрия;
- углеводные подслащивающие вещества;
- подходящие пищевые белки;
- другие пищевые добавки (виды и количество пищевых добавок должны соответствовать стандарту GSO 19:2000 «Разрешенные пищевые добавки в пищевые масла и жиры»).

Табл. 13. Максимально допустимые уровни для пестицидов и загрязняющих веществ, мг/кг

Наименование вещества	Максимально допустимые значения, мг/кг
Медь (Cu)	0,1
Железо (Fe)	1,5
Общее содержание мышьяка (в пересчете на As)	0,1
Свинец (Pb)	0,1

Микробиологические показатели должны соответствовать стандарту GSO 1016:2015 «Микробиологические критерии для пищевых продуктов» (часть 1).

Технический регламент GSO 2483:2021 «Трансжирные кислоты» устанавливает максимально разрешенное содержание трансжирных кислот и требует указывать их массовую долю на порцию в информации о пищевой ценности продукта на этикетке. Максимальная массовая доля трансжиров в растительных маслах и мягких пастообразных маргаринах составляет 2% от общего количества жиров, а массовая доля трансжиров во всех остальных продуктах — 5% от общего количества жиров, включая ингредиенты, продаваемые ресторанам. Количество трансжирных кислот в продуктах питания должно быть включено в информацию о пищевой ценности.

Согласно техническому регламенту GSO 1229:2021 «Стандарт для жировых и смешанных спредов», в наименовании жировых спредов с массовой долей жира менее 80%, может присутствовать термин «маргарин» при условии, что продукт четко позиционируется как маргарин пониженной жирности. Спреды жирностью 39–41% могут обозначаться как «минарин» или «халварин».

Ключевые параметры качества определяются в контракте на поставку продукции. Они могут быть различными в зависимости от требований конкретного заказчика. Покупатель может затребовать дополнительные параметры, но в целом качественные требования не выходят за рамки сложившихся отраслевых практик.



Порядок проведения лабораторного контроля продукции для получения доступа на рынок ОАЭ

Регистрация нового продукта требует лабораторных испытаний в Центральной лаборатории муниципалитета Дубая. Импортерам необходимо представить образцы непосредственно в лабораторию отдела пищевых продуктов и охраны окружающей среды. Количество образцов зависит от типа тестов, запрошенных муниципалитетом Дубая. Получение результатов теста может занять до пяти рабочих дней.

Основные риски, ошибки и последствия

Отгрузка на экспорт в ОАЭ продукции, не соответствующей требованиям законодательства ОАЭ, как минимум приведет к возврату, задержанию, утилизации или уничтожению такой продукции. Кроме того, это может привести к лишению регистрации конкретного предприятия, которое произвело данную продукцию. Неоднократное повторение таких случаев грозит потерей рынка ОАЭ для всех российских производителей.

Неправильно оформленные сопроводительные документы, а также ошибки в маркировке и другие незначительные несоответствия приведут к приостановке или запрету отгрузки экспортной продукции.

При планировании отгрузок товара в ОАЭ необходимо учитывать остаточный срок годности продукции, который при пересечении границы ОАЭ должен составлять примерно 60–80% (в зависимости от требований импортера). Также нужно рассчитать время, которое будет затрачено на логистику.



3.4. Требования к упаковке и маркировке

Требования к упаковочным материалам

Требования к упаковке пищевых продуктов определяются общими для стран ССАГПЗ техническими регламентами:

- GSO 839:2021 «Упаковка пищевых продуктов. Часть 1. Общие требования»;
- GSO 2231:2012 «Общие требования к материалам, предназначенным для контакта с пищевыми продуктами»;
- GSO 1863:2013 «Упаковка пищевых продуктов. Часть 2. Пластиковая упаковка. Общие требования».

Все материалы, применяемые при производстве или обработке упаковки, должны быть допущены к использованию с пищевыми продуктами. Такие материалы должны сохранять свойства упакованных продуктов и защищать их от проникновения посторонних запахов и вкусов. Также они должны обеспечивать необходимую защиту от неблагоприятных погодных условий и механических воздействий, в том числе от ударов, вибрации, статической нагрузки.

В техническом регламенте GSO 1289:2007 «Маргарин и методы его испытаний» указано, что маргарин может быть упакован или завернут в любой подходящий чистый упаковочный материал, не имеющий посторонних запахов и загрязнений: пергаментную бумагу, алюминий, пластик, фольгу или любые другие безвредные упаковки/обертки, соответствующие требованиям регламента GSO 839:2021 «Упаковки пищевых продуктов» (часть 1. «Общие требования»).

При перевозке продукции в транспортных средствах должен быть обеспечен необходимый низкотемпературный режим. Не допускается использовать транспортные средства, в которых ранее перевозились вредные или токсичные материалы.

Продукция должна храниться и поступать в продажу в охлажденном или замороженном виде, содержаться в хорошо проветриваемых местах, не подвергаться прямому воздействию солнечных лучей и других источников тепла, влаги и вредных материалов.

Процесс транспортировки и хранения должен соответствовать требованиям стандарта [GSO 323:1994](#) «Основные требования к транспортировке и хранению охлажденных и замороженных пищевых продуктов».

Требования к маркировке

Требования к маркировке продукции регламентируются стандартом [GSO 9:2022](#) «Маркировка расфасованных продуктов питания» с актуальными изменениями и дополнениями.

Этикетки на расфасованной пищевой продукции должны наноситься таким образом, чтобы их невозможно было удалить с упаковки/тары. Информация на этикетке должна размещаться на видном месте и легко читаться.

В обязательном порядке на этикетку должны быть нанесены:

- название продукта;
- перечень ингредиентов в порядке убывания их содержания в составе продукта (для многокомпонентных продуктов);
- информация о пищевой ценности;
- масса нетто на момент расфасовки (в единицах метрической системы);
- наименование, адрес производителя и упаковщика;
- страна происхождения;
- дата изготовления и дата окончания срока годности
- инструкции по хранению и использованию (если необходимо для обеспечения правильного использования);
- информирование об использовании ионизирующего облучения.

Кроме того, согласно техническому регламенту GSO 1289:2007 «Маргарин и методы его испытаний» следующая информация (не противоречащая требованиям GSO 9:2022) должна быть указана на этикетке продукта и на внешней этикетке контейнера (на арабском языке):

- наименование продукта (**маргарин**) и его товарный знак (**при наличии**);
- наименование продукта (**маргарин соленый**) в случае добавления пищевой соли и процент ее содержания;
- список ингредиентов и добавок или их международный номер;
- условия хранения в охлажденном или замороженном виде;
- названия и пропорции добавленных витаминов.

При использовании оберточного материала он не должен мешать прочтению необходимой информации или маркировки тары, а также перекрывать надписи. Название, содержание и вес продуктов питания указываются на видном месте. Запрещено использовать любые незаконные и несанкционированные номенклатурные наименования, терминологию, коды, графические изображения и др.

Маркировка и описание продукта приводятся **строго на арабском языке**. Если информация дана на другом языке, необходим ее полный, идентичный перевод на арабский. Допускается размещение информации на арабском языке на дополнительной наклейке, прилегающей к оригинальной этикетке.

Не разрешается размещать дополнительные наклейки с датами изготовления/производства и окончания срока годности. На упаковке допустима только одна дата изготовления и одна дата окончания срока годности. Не допускается удаление, изменение или перемещение дат.

На маркировке или этикетке расфасованной продукции не должна содержаться ложная, вводящая в заблуждение или создающая искаженное впечатление о свойствах продукта информация.

В случае использования логотипа, означающего особое качество или органическое происхождение продукта, должен быть предоставлен соответствующий подтверждающий документ. Маркировка органических продуктов питания регулируется правилами GSO CAC/GL 32:2012 «Рекомендации по производству, обработке, маркировке и маркетингу органических пищевых продуктов». Не допускается наносить на этикетку фразы, логотипы и символы, связанные с системой менеджмента качества.

Для продуктов питания в ОАЭ также применяется специальная маркировка в виде добровольного знака качества Emirates Quality Mark (EQM), который предоставляется продуктам, соответствующим требованиям страны. Знак выдается при условии соблюдения национальных, региональных (GSO) и/или международных стандартов, а также внедрения эффективной системы управления качеством. Процесс получения лицензии на использование знака качества EQM включает всестороннюю оценку продукта и системы качества, используемой на производстве. EQM является добровольным знаком (исключение — питьевая вода).



Технические регламенты [GSO 2333:2022](#) «Требования к заявлениям о питательных и полезных свойствах пищевых продуктов» и [GSO CAC/GL 1:2008](#) «Общие рекомендации по заявлениям» определяют правила использования на этикетках информации о пищевой ценности продуктов питания и ограничивают возможности размещения надписей о полезной и здоровой пище в рекламных целях. Любое упоминание об особом качестве продукции должно подтверждаться соответствующими документами.

Технический регламент [GSO 2233:2021](#) «Требования к маркировке пищевой ценности» требует обязательного размещения на упаковках сведений о пищевой ценности продуктов.

На этикетках расфасованных пищевых продуктов, предназначенных для непосредственного употребления в пищу, должна быть указана следующая информация о пищевой ценности:

- обязательно указывается содержание основных элементов — углеводов, жиров, белков, соли, пищевых волокон, а также энергетическая ценность;
- в случае добавления витаминов, минеральных веществ или любых других пищевых компонентов содержание каждого из них указывается отдельно;
- вся информация о питательной ценности и/или чистом содержании компонентов должна быть указана в процентах по массе, если формат фасовки менее 100 г или 100 мл;
- количественные данные приводятся в метрических единицах (масса — в граммах и их долях, содержание биологически активных веществ — в международных единицах), энергетическая ценность — в килокалориях;
- если на упаковке пищевого продукта заявлено, что он полезен для здоровья, эти сведения должны быть полностью правдивы и подтверждаться соответствующими сертификатами.

Импортёры должны подавать образцы всех этикеток вместе с первичной заявкой на поставку продукции через электронный портал [ZAD](#) или FIRS (для Дубая). Доступ в FIRS предоставляется после регистрации на [сайте муниципалитета Дубая](#).

В процессе рассмотрения заявки оценивается соответствие этикетки указанным выше требованиям. Важно отметить следующие аспекты:

- разные фасовки одного и того же продукта питания (например, 100- и 200-граммовая упаковка) считаются разными продуктами и должны регистрироваться отдельно;
- в случае внесения изменений в содержание этикетки после получения первоначального одобрения необходимо запрашивать повторную оценку и согласовывать этикетку заново (например, при изменении веса, штрих-кода и др.).

Указанные требования действуют как для продукции, предназначенной для реализации в ОАЭ, так и для реэкспорта.

Отметки о сроках годности

Требования к окончанию сроков годности пищевых продуктов определяются стандартом [GSO 150-1:2013/Amd 2:2022](#) «Даты окончания срока годности пищевых продуктов» (часть 1. «Обязательные сроки годности»).

Согласно стандартам ОАЭ, даты изготовления и окончания срока годности должны быть проставлены непосредственно на оригинальной этикетке или первичной упаковке методом гравировки, тиснения, штамповки или печати с использованием несмываемых красок. Даты, напечатанные на стикерах, не принимаются в расчет. Также вместо даты окончания срока годности не могут использоваться штрих-коды.

Даты должны быть указаны в следующем порядке:

- ДД/ММ/ГГГГ для продуктов со сроком годности три месяца или менее;
- ДД/ММ/ГГГГ или ММ/ГГГГ для продуктов со сроком хранения более трех месяцев.

В формате ММ/ГГГГ датой окончания срока годности считается последний день месяца. Месяц можно обозначать цифрами или словом.

Дате окончания срока годности должна предшествовать одна из следующих надписей:

- Expiration date... — «Годен до...»;
- Fit for X days or X months from the date of production — «Срок годности X дней или X месяцев с даты изготовления»;
- Use by <date>/Use before <date> — «Использовать до...»;
- Sell by <date> — «Продать до...»;
- Valid until <date> from the date of production — «Годен к употреблению... с даты изготовления» — для продукции со сроком хранения более 3 месяцев.

Штрих-коды на продуктах питания должны иметь уникальный номер. Использование одинаковых штрих-кодов для продуктов, имеющих какие-либо отличия, недопустимо.

Наиболее частой проблемой при импорте продукции АПК в ОАЭ является несоответствие маркировки, а именно отсутствие маркировки и/или важной информации на арабском языке. Импортёры должны подавать образцы всех этикеток для проверки вместе с первичной заявкой на поставку продукции.

Особенности и барьеры входа на рынок



4

4.1. Особенности таможенных процедур

Особенности таможенных процедур в Российской Федерации при экспорте маргарина

Таможенным кодексом ЕАЭС предусмотрен ряд обязательных операций в рамках таможенной процедуры экспорта:

- 1) Пограничный ветеринарный/фитосанитарный контроль (маргарин — неподконтрольный товар);
- 2) Таможенное оформление (таможенная очистка):
 - представление товара — уведомление таможенного органа о прибытии товара (фактическое предъявление товаров производится по требованию таможни);
 - декларирование товаров;
 - уплата всех необходимых пошлин, сборов и других платежей.
- 3) Прохождение таможенного контроля:
 - документарный контроль;
 - таможенный осмотр или досмотр товаров;
 - иные контрольные действия.
- 4) Пограничный контроль при перемещении товаров через границу РФ.
- 5) Выпуск товара с таможенной территории РФ.

Общая продолжительность таможенных процедур обычно занимает от 1 до 4 часов.



Порядок таможенного оформления и выпуск товара из России

Таможенные пошлины и сборы

При экспорте продукции компании предстоят следующие расходы:

- а)** вывозная (экспортная) таможенная пошлина на товар;
- б)** таможенный сбор за проведение таможенных операций;
- в)** НДС, подлежащий уплате при выпуске товара в свободное обращение;
- г)** нерегулярные расходы — оплата услуг таможенных органов за различные операции в процессе прохождения таможенного контроля:
 - досмотр с применением специальных средств инструментального контроля;
 - хранение груза на складах временного хранения или на арест-площадках;
 - транспортировка, перевалка груза как в пределах одной таможенной зоны, так и из одной зоны в другую (например, при вывозе груза с досмотровой площадки таможенного поста на грузовой терминал порта или железнодорожную станцию);
 - услуги сторонних организаций и экспертов, привлеченных для таможенной очистки экспортного груза;
- д)** оплата услуг таможенного представителя/брокера (если привлекался для прохождения таможенных процедур).

Экспортные таможенные пошлины установлены [Законом Российской Федерации от 21.05.1993 № 5003-1 «О таможенном тарифе»](#) и регламентируются [постановлением Правительства Российской Федерации от 21.09.2023 № 1538 «О ставках вывозных таможенных пошлин на товары, вывозимые из Российской Федерации за пределы таможенной территории Евразийского экономического союза»](#).

Важно! На маргарин экспортная пошлина не установлена.

Сборы за таможенные операции (оформление) регулируются [постановлением Правительства Российской Федерации от 26.03.2020 № 342 \(ред. от 06.05.2023\) «О ставках и базе для исчисления таможенных сборов за совершение таможенных операций, связанных с выпуском товаров»](#).

Однако в соответствии со ст. 47 Федерального закона от 3.08.2018 №289 «О таможенном регулировании в Российской Федерации» от уплаты таможенных сборов освобождаются «товары, помещаемые под таможенную процедуру экспорта, за исключением товаров, облагаемых вывозными таможенными пошлинами»¹⁰. Маргарин не облагается вывозными таможенными пошлинами и, соответственно, освобождается от уплаты таможенных сборов за таможенные операции.

Уплата НДС при экспорте

В соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации товары, вывезенные из России в рамках таможенной процедуры экспорта, облагаются НДС по ставке 0% (ст. 164) при условии представления в налоговый орган документов (ст. 165), подтверждающих факт экспорта и обоснованность применения льготной налоговой ставки.

Возврат входящего НДС при экспорте

Применение льготной ставки НДС в 0% не освобождает компанию от сдачи налоговой отчетности по НДС, но дает право (компания может отказаться от льготы) воспользоваться налоговым вычетом по входящему НДС¹¹. Пункт 3 ст. 172 Налогового кодекса Российской Федерации устанавливает, что экспортеры несырьевых товаров могут принимать к вычету входящий НДС в общем порядке (как при обычной реализации товаров). Однако компании необходимо документально подтвердить обоснованность применения нулевой ставки НДС и факт экспорта товаров.

В ст. 165 Налогового кодекса приведен исчерпывающий перечень необходимых документов, которые формируются отдельно на каждый экспортируемый контейнер (партию товара):

- налоговая декларация по НДС;
- заявление на подтверждение 0% ставки НДС на бланке организации;
- контракт (копия контракта) с иностранным лицом на поставку товара;
- уникальный номер контракта (в случае оформления);
- подтверждение платежа согласно условиям контракта — банковская выписка, подтверждающая поступление выручки от юридического лица другой страны;

¹⁰ Разъяснения ФТС о специфике применения обозначенных норм законодательства даны в [письме ФТС России от 07.09.2018 № 01-11/57109](#) «Об освобождении от уплаты таможенных сборов за таможенные операции товаров, помещаемых под таможенную процедуру экспорта».

¹¹ НДС, уплаченный за приобретенные товары и услуги, которые использовались при производстве и экспорте продукции.

- таможенная декларация (ее копия) с отметками российского таможенного органа, осуществившего выпуск товаров в процедуре экспорта, и таможенного органа места убытия, через который товар был вывезен с территории РФ (подтверждения факта вывоза товара¹²);
- копии транспортных, товаросопроводительных и/или иных документов с отметками таможенных органов мест убытия, подтверждающих факт вывоза товаров за пределы территории РФ:
 - спецификация;
 - упаковочный лист;
 - инвойс;
 - СМР (в случае автомобильной перевозки) с тремя отметками (компании-экспортера, перевозчика и зарубежного покупателя) о получении груза;
 - коносамент и поручение на погрузку (в случае морской перевозки).

Документы должны быть представлены в срок не позднее 180 календарных дней, считая с даты помещения товаров под таможенную процедуру экспорта.

Вместо копий указанных деклараций, транспортных и товаросопроводительных документов экспортер вправе представить в налоговый орган их реестры (с указанием регистрационных номеров всех документов) по установленному формату в электронном виде (однако в случае камеральной проверки налоговые органы могут потребовать оригиналы указанных документов).

При получении пакета документов на возврат НДС налоговому органулагается в течение 90 дней провести обычную камеральную проверку и вернуть сумму налога, уплаченного за вывоз товара, или отказать налогоплательщику. После принятия положительного решения указанная сумма возвращается налогоплательщику уполномоченными органами в течение 14 дней.

У российских компаний есть два способа возвращения НДС из бюджета:

- перечисление суммы уплаченного ранее НДС на расчетный счет;
- зачет истраченной суммы для погашения будущих налоговых платежей.

¹² О порядке подтверждения таможенными органами государств – членов ЕАЭС фактического вывоза товаров с таможенной территории Союза см. [решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 07.02.2018 № 25](#).

Декларирование и таможенная очистка товаров при экспорте

В обычной практике таможенная очистка груза подразумевает:

- таможенное оформление (декларирование);
- уплату таможенных пошлин, сборов и иных таможенных платежей.

Товары, экспортируемые из России, в обязательном порядке подлежат таможенному оформлению, ключевым элементом которого является подача таможенной декларации. После вступления в силу [Таможенного кодекса ЕАЭС](#) с 2018 г. таможенная декларация подается только в электронном виде и по строго определенной [форме](#). По общему правилу, таможенное оформление экспортируемых товаров производится в месте нахождения таможенного поста или отдела таможенного оформления и контроля, в регионе деятельности которого находится лицо, предъявляющее товары к перевозке и указанное в транспортном документе (отправитель).

Декларирование и взаимодействие с таможенными органами, как правило, поручается таможенным брокерам, но и в этом случае экспортер обязан подготовить нижеперечисленные документы, на основании которых будет заполнена декларация на товары (п. 3 ст. 108 Таможенного кодекса ЕАЭС):

- документы, подтверждающие полномочия лица, подающего декларацию:
 - договор с таможенным брокером или доверенность на сотрудника;
- документы в отношении заключенной сделки:
 - контракт со всеми дополнительными соглашениями к нему;
 - спецификация;
 - платежные документы о предоплате, если она предусмотрена контрактом;
 - инвойс (счет), отправляемый с грузом;
 - ведомость банковского контроля с УНК;
- транспортные (перевозочные) документы:
 - коносамент или CMR (в случае морской или автомобильной перевозки);
 - упаковочный лист;
 - страховка на груз;

- документы по товару (подтверждающие право владения грузом, происхождение товаров, торговую марку и фирму-производителя, соблюдение запретов и ограничений на вывоз, классификацию ТН ВЭД ЕАЭС):
 - сертификат соответствия;
 - предварительное решение о классификации товаров по ТН ВЭД ЕАЭС (при наличии);
- документы, подтверждающие оплату таможенных пошлин и сборов (при наличии).

Регистрация или отказ в регистрации таможенной декларации совершаются таможенным органом не позднее 1 часа рабочего времени с момента подачи декларации. Одновременно с принятием декларации происходит внесение обязательных платежей. Выпуск товаров должен быть завершен таможенным органом в течение 4 часов с момента регистрации таможенной декларации либо не позднее 1 рабочего дня, если таможенным органом запрошены документы, подтверждающие сведения, заявленные в таможенной декларации, и/или принято решение о проведении мер таможенного контроля.

Процедура таможенного контроля и выпуск товара

Представление товаров является предварительной операцией, предшествующей основному таможенному оформлению, поскольку, по общему правилу, декларированию подлежит только фактически прибывший товар. С момента представления и до момента выпуска товары находятся на временном хранении под таможенным контролем.

Представление выражается в уведомлении таможенного органа о прибытии товаров не позднее 30 минут с момента их прибытия в таможенный орган. Фактическое предъявление представленных товаров производится по требованию таможенного органа. На этапе представления товаров всю ответственность за них перед таможенным органом несет перевозчик. При этом ни грузовладелец, ни перевозчик, ни какое-либо другое уполномоченное лицо не имеют права без разрешения таможенного органа каким-либо образом перемещать грузы (признается административным правонарушением), в том числе:

- оставлять транспортное средство и товары без присмотра;
- менять место стоянки транспортного средства;
- осуществлять выгрузку и перегрузку товаров;
- перемещать грузы в транспортном средстве или контейнере.

Таможенный контроль осуществляется после подачи декларации и уплаты таможенных сборов. С момента принятия таможенной декларации и до момента пересечения таможенной границы РФ вывозимые товары находятся под таможенным контролем, который предусматривает следующие формы:

- документарный контроль — проверка грузовой таможенной декларации (ГТД) и всех сопроводительных документов;
- таможенный досмотр товаров;
- иные действия (устный опрос, проверка системы учета и отчетности и др.).

Таможенный контроль может быть выборочным, то есть таможенный орган не обязан каждый раз применять к вывозимым товарам все предусмотренные формы таможенного контроля.

Документарный контроль предусматривает следующие проверки:

- а) соответствие сведений, указанных в декларации, и сведений, содержащихся в документах (наименования товара, количество, вес и др.):
 - наличие необходимых печатей и штампов, их сравнимость с образцами;
 - наличие и действительность представленных на номерных бланках документов (инспектор может делать запросы через систему межведомственного взаимодействия для поиска интересующих документов);
 - отсутствие в товаросопроводительных документах следов незаведенных исправлений, подчисток, добавлений текста, подделки печати или подписи;
 - код товара в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС;
 - страна происхождения товаров;
- б) проверка на предмет запретов и ограничений на вывоз из России отдельных товаров;
- в) валютный контроль;
- г) определение таможенной стоимости;
- д) уплата таможенных платежей;
- е) соблюдение требований и условий заявленного таможенного режима;

- ж) выпуск (условный выпуск) товаров согласно заявленному таможенному режиму.

По результатам проверки на декларации проставляется штамп:

- **«Выпуск разрешен»** означает благополучное завершение таможенного оформления экспортируемых товаров. Штамп ставится на ГТД, а также минимум на двух экземплярах представленных документов перевозчика (или на их копиях) с указанием в правом верхнем углу регистрационного номера ГТД. После этого таможенные органы РФ передают товары в распоряжение перемещающего их лица.
- **«Выпуск запрещен»** ставится в случае, если в процессе таможенного контроля должностные лица устанавливают, что товар невозможно выпустить в соответствии с условиями заявленного таможенного режима. Причина запрета указывается на оборотной стороне таможенной декларации.

Таможенный осмотр и досмотр

Решение о проведении досмотра экспортируемых товаров, таможенный орган принимает в ходе документарного контроля (при наличии оснований предполагать нарушение таможенных правил или с целью перепроверки сведений о товарах) и на оборотной стороне таможенной декларации делает запись «С досмотром», указывая краткое обоснование такого решения. Далее определяются:

- 1) вид досмотра (основной, повторный, направленный);
- 2) объем досмотра (устанавливается в процентном отношении к общему количеству товаров в зависимости от особенностей досматриваемого груза и обстоятельств, послуживших основанием для принятия решения о досмотре);
- 3) степень досмотра товаров:
 - пересчет грузовых мест с выборочным вскрытием;
 - взвешивание (полное или выборочное);
 - пересчет количества предметов в грузовых местах (выборочно);
 - пересчет грузовых мест со вскрытием всех грузовых мест;
 - измерение и определение характеристик товаров (с частичной или полной разборкой, возможным взятием проб и образцов);
 - пересчет количества предметов во всех грузовых местах.

Результаты таможенного досмотра фиксируются в соответствии с установленным порядком в акте таможенного досмотра.

Кроме того, могут быть применены другие меры таможенного контроля:

- устный опрос;
- запрос необходимых документов и сведений;
- идентификация товаров и транспортных средств (пломбы, печати, маркировка);
- проверка наличия системы учета и ведения учета товаров;
- использование технических средств и специальных видов контроля (инспекционно-досмотровые комплексы, радиационный или биохимический контроль, проверка кинологами наличия наркосодержащих средств).

Последним этапом таможенного **контроля является контроль в пункте пропуска товаров через государственную границу РФ**, по результатам которой должностное лицо проставляет штамп:

- **«Вывоз разрешен»** ставится на двух экземплярах товаросопроводительного документа — на остающемся в таможенном органе и на следующем далее вместе с вывозимыми товарами и транспортными средствами (передается перевозчику). На лицевой стороне талона контроля должностное лицо проставляет дату и время окончания процедуры, подписывает, заверяет запись оттиском личной печати и передает талон контроля перевозчику для прохождения пограничного контроля.
- **«Возврат»** ставится на оборотной стороне талона контроля, если перевозчик не представил необходимых документов и/или сведений либо представленные документы оформлены ненадлежащим образом. В этом случае перевозчику возвращаются все документы, а сотрудники, проводящие пограничный и транспортный контроль, информируются о выявленных фактах. На оборотной стороне накладной указывается причина возврата на таможенную территорию РФ.

Особенности таможенных процедур в ОАЭ при импорте маргарина

С 1 января 2015 г. в ОАЭ действуют «Единое руководство ССАГПЗ по таможенным процедурам» и принцип «единой точки входа». Согласно этим постановлениям, к импорту в таможенную зону региона Персидского залива применяются единые требования и правила, чтобы облегчить таможенные операции в государствах – членах ССАГПЗ.

После таможенной очистки товары выпускаются для свободного обращения на всей таможенной территории стран, входящих в ССАГПЗ. Таким образом, таможенная декларация на товары, поступающие в любой порт государств ССАГПЗ, должна оформляться по единому образцу, что означает одинаковые процедуры импорта, включая уплату ввозных таможенных пошлин.

Правовой основой для таможенных процедур в ОАЭ являются следующие нормативно-правовые акты:

- Общий таможенный закон государств ССАГПЗ от 2003 г.;
- Федеральный закон ОАЭ от 2015 г. № 8/2015 «О федеральном таможенном управлении (FCA)» от 28 июля 2015 г., применяемый с 28 января 2016 г.

Разработкой таможенной политики, подготовкой унифицированных законодательных актов для регулирования таможенной деятельности, надзором за соблюдением норм и исполнением предписаний, обеспечением защиты государства от мошеннических операций и контрабанды занимается Федеральное таможенное управление (FCA).

Хотя таможенные процедуры унифицированы, за их реализацию отвечает таможенный департамент каждого отдельного эмирата, что обуславливает некоторые различия. Кроме того, важную роль в толковании федеральных законов и постановлений играют муниципалитеты, которые имеют возможность подавать петиции в федеральные органы власти с просьбой пересмотреть, отложить или отменить постановления и решения.

В эмирате Абу-Даби за соблюдение требований законодательства отвечает [Управление Абу-Даби по контролю за пищевыми продуктами](#) (ADFCA). Согласно ст. 14 и 15 Закона о пищевых продуктах эмирата Абу-Даби №2 от 2008 г., управление может инспектировать производственные и коммерческие предприятия пищевой промышленности и запрашивать разъяснения в случаях несоблюдения требований. Также ADFCA отвечает за проведение исследований в области безопасности пищевых продуктов и разработку правил, положений и стандартов в отношении продуктов питания.

В эмиратах Дубай и Шарджа безопасность пищевых продуктов входит в компетенцию муниципальных властей. Специальные подразделения муниципальных органов власти (например, [Отделение контроля за торговлей пищевыми продуктами при Департаменте безопасности пищевых продуктов Дубая](#)), присутствующие в морских портах, наземных таможенных пунктах и аэропортах, осуществляют контроль и проверку импортируемых пищевых продуктов.

В Дубае и Абу-Даби, на которые приходится большая часть импорта, функционируют электронные таможенные системы. Для получения информации о требованиях к регистрации пищевых продуктов и маркировке импортерам рекомендуется воспользоваться онлайн-услугами. Так, таможня Дубая использует систему электронного декларирования, позволяющую в режиме 24/7 оформлять документы в электронном виде, включая электронные платежи. В Абу-Даби также действует система электронного таможенного

декларирования, с помощью которой можно оформить документы в электронном виде, а также осуществить платежи, утверждение и архивирование деклараций и разрешений.

Для ведения бизнеса в ОАЭ необходимо иметь торговую лицензию (и код трейдера). Ее можно получить на таможене любого из эмиратов, и она будет действовать на всей территории ОАЭ.

Иностранные компании могут открыть офис в ОАЭ либо назначить местного представителя в качестве агента или дистрибьютора для ведения бизнеса в материковой части ОАЭ (то есть не в свободной экономической зоне).

Товары, ввозимые в ОАЭ лицензированными торговцами, должны пройти таможенное оформление (если они не импортируются в одну из зон свободной торговли). Очистка осуществляется таможенными брокерами, которые должны быть гражданами государств Персидского залива.

Процедура регистрации

Процедуры регистрации в электронных системах таможенного декларирования схожи. Перед ввозом в ОАЭ пищевые продукты должны быть зарегистрированы импортером. Зарегистрироваться можно через систему ZAD, FIRS или портал ZADI. FIRS используется для регистрации пищевых продуктов и утверждения этикеток в эмирате Дубай. Для регистрации пищевых продуктов через муниципалитет Дубая необходимо осуществить следующие шаги:

- 1) Подача электронного заявления через [сайт](#) и получение номера заявки на регистрацию.
- 2) Предоставление представителем компании или местным торговым партнером в офис электронного правительства копии торговой лицензии, номера заявки на регистрацию и официальной печати компании.
- 3) Активация услуги импорта/реэкспорта пищевых продуктов в системе FIRS. Регистрация в FIRS возможна только при условии выполнения предыдущих двух шагов. При регистрации необходимо указать номера телефонов и факсов, адрес электронной почты и номер почтового ящика компании, имя и номер мобильного телефона представителя компании, сведения о местонахождении и телефонах/факсах склада (складов) орга-

низации в Дубае.

- 4) Подача электронного заявления через систему FIRS на согласование этикетки упакованного продукта питания (если она не была согласована ранее). Заявление может включать несколько этикеток для разных видов продукции.
- 5) Отправка образцов каждого пищевого продукта для возможного проведения экспертизы (вместе с ними могут быть отправлены и копии этикеток).
- 6) В случае успешного прохождения согласований статус заявки изменится на «Утвержденный ожидающий платежа».
- 7) После уплаты импортер получит одобрение регистрации в таможенной системе Дубая.

В Абу-Даби процедура регистрации реализуется аналогичным образом через [ADFCA](#).

Контроль безопасности импортируемой продукции

До выпуска в рыночное обращение продукты питания могут подвергаться проверке на безопасность. В целях повышения скорости информирования о безопасности пищевых продуктов в странах ССАГПЗ была создана единая система быстрого оповещения о пищевых продуктах (Gulf Rapid Alert System for Food, GRASF). Ее главное предназначение — обеспечить оперативный обмен информацией о возможном прямом или косвенном риске для здоровья потребителей как самих пищевых продуктов, так и материалов, контактирующих с продуктами.

Сведения, поступающие через GRASF с любого таможенного пункта ССАГПЗ, немедленно передаются всем остальным участникам системы (национальным контактным пунктам ССАГПЗ), которые могут незамедлительно принять решение о запрете ввоза попавшей под подозрение продукции.

При проверке импортируемой пищевой продукции в ОАЭ применяется система управления рисками, основанная на классификации пищевых продуктов с точки зрения их потенциальной опасности для здоровья человека. Пищевые продукты делятся на три категории в зависимости от степени опасности: высокий, средний или низкий потенциальный риск. Классификации пищевых продуктов могут меняться, исходя из новых научных данных о возможных рисках пищевых болезней.

Согласно «Руководству ССАГПЗ по контролю импортируемых пищевых продуктов», страны Совета должны систематически документировать историю проверок импортируемых пищевых продуктов, которые были сертифицированы как соответствующие конкретным техническим регламентам и требованиям контроля безопасности. Оценка истории соответствия основана на данных, собранных в ходе проверок документов, физических инспекций и лабораторных

исследований импортируемых пищевых продуктов из определенной страны происхождения.

Оперативными компонентами системы таможенного контроля пищевых продуктов, основанной на оценке рисков, являются:

- проверка документов на все грузы;
- физические проверки/осмотры, включая при необходимости проверку идентичности продукта;
- отбор проб и лабораторный анализ пищевых продуктов (при необходимости);
- гармонизированные правила для определения типа и периодичности инспектирования;
- механизмы обмена информацией с компетентным органом страны-экспортера;
- верификация систем обеспечения качества, используемых импортерами для оценки соответствия продукции официальным требованиям.

Между эмиратами существуют некоторые различия в законодательстве и правилах. Хотя все эмираты должны соблюдать таможенные законы ССАГПЗ, каждый из них реализует свою политику регулирования выхода на рынок с собственными процедурами, документами и др. Например, Дубай и Абу-Даби используют разные системы электронного таможенного декларирования. Точно так же различаются системы разрешения споров. Таким образом, планируя поставку в конкретный эмират, необходимо тщательно изучить его нормативно-правовую базу и таможенные правила.

Обязательные сопроводительные документы

К единой таможенной декларации для импорта должны быть приложены:

- коммерческий инвойс продавца;
- коносамент;
- сертификат происхождения;
- сертификат здоровья;
- упаковочный лист или сертификат веса, выданный аккредитованным FOSFA сюрвейером;

- сертификат качества, выданный аккредитованным FOSFA сюрвейером;
- грузовой манифест;
- оригинал сертификата «Халяль» на экспортируемую партию, выданный исламской организацией, которая входит в реестр одобренных MOIAT;
- сертификат органической продукции (если заявлено на этикетке);
- сертификат об отсутствии в составе ГМО (если заявлено на этикетке).

Таможенные сборы за услуги

В соответствии с [уведомлением № 3/2019](#) «О таможенных сборах за услуги» при обращении в таможенные органы Эмирата Дубай по вопросам защиты прав на объекты интеллектуальной собственности необходимо уплатить таможенные сборы за соответствующие услуги. Сборы взимаются в следующих случаях:

- 1) Подача заявки на регистрацию, защита и контроль прав на объекты интеллектуальности собственности — товарные знаки, объекты авторского права и промышленной собственности (200 дирхамов).
- 2) Подача заявки на проведение таможенного досмотра для выявления нарушений прав интеллектуальной собственности (2 000 дирхамов).
- 3) Подача жалобы в случае оформления заявления о нарушении прав интеллектуальной собственности (возвратный гарантийный депозит 5 000 дирхамов).
- 4) Проведение оперативной таможенной проверки по заявлению заинтересованного лица (500 дирхамов).
- 5) Подача заявки на таможенную проверку в связи с жалобой о нарушении прав на объекты интеллектуальной собственности (1 000 дирхамов).

Особенности импорта в ОЭЗ

Специальная система соглашений о таможенном оформлении, которая позволяет избежать необходимости обязательного сотрудничества с местными торговыми агентами, применяется к импорту и реэкспорту из ОЭЗ.

Товары, ввезенные в ОЭЗ, не считаются импортированными на таможенную территорию ОАЭ, поэтому уплата пошлин в пункте въезда не требуется. Когда товары ввозятся на таможенную территорию из свободной экономической зоны, они рассматриваются как иностранные (даже если произведены из местного сырья) и подлежат таможенному декларированию, а также уплате таможенных сборов и налогов.

Для торговли из свободных экономических зон или внутри них не требуется торговой лицензии. Вместе с тем товары, ввозимые в такие зоны, подлежат тем же процедурам импорта и сертификации, что и ввозимые на таможенную территорию ОАЭ.

4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Тарифные барьеры

ОАЭ являются членом ВТО. К российскому экспорту маргарина ОАЭ применяют ставку режима наибольшего благоприятствования в размере 5%. Кроме того, импорт облагается НДС — 5%. Крупнейшие поставщики маргарина в ОАЭ — Малайзия, Индонезия и Испания — не имеют торговых преференций.

Продукты из стран – членов ССАГПЗ и Лиги арабских государств имеют таможенные преференции, однако они не распространяются на импорт из свободных экономических зон государств ССАГПЗ.

Временные и финансовые затраты по оформлению необходимых для прохождения таможенной процедуры документов могут рассматриваться как барьер для входа на рынок из-за высокой стоимости пограничного и таможенного контроля (более 550 долл. США) и оформления документов на импорт (более 280 долл. США).

Нетарифные барьеры

Таможенный контроль

Согласно рейтингу Doing Business, оформление таможенных документов и прохождение таможенного контроля в ОАЭ в среднем занимают 66 часов и обходятся примерно в 836 долл. США. Следует отметить, что оформление документов на импорт в страну осуществляется в 2,5 раза быстрее, чем в ближневосточных государствах, но его стоимость несколько выше, чем в среднем по региону. Для фасилитации импорта существуют система [ZAD](#), а также регистрационные системы отдельных эмиратов, в частности Дубая и Абу-Даби, с помощью которых производители могут зарегистрировать свою компанию и продукцию. К таким системам относятся дубайские сервисы [ZADI](#) (упрощает импорт и реэкспорт через порты эмирата) и [FIRS](#) (выдает разрешение на торговлю продовольственными товарами в ОАЭ).

Табл. 14. Оформление импорта в ОАЭ: время и стоимость

Процедура	Время, ч	Стоимость, долл. США
Пограничный и таможенный контроль	54	553
Оформление документов	12	283

Источник: *Doing Business 2020: United Arab Emirates*

Требования к лицензированию

Оформлять импортные сделки могут только компании, зарегистрированные в стране и получившие соответствующие импортные лицензии. Кроме того, можно работать через торгового агента, у которого должна быть соответствующая лицензия (агентом может стать только гражданин ОАЭ). Импортная лицензия выдается Департаментом экономического развития (Department of Economic Development, DED) каждого из семи эмиратов страны, срок действия лицензии составляет 18 месяцев.

Законодательные барьеры входа на рынок

Нерезиденты могут зарегистрировать компанию как в свободных экономических зонах, так и на остальной территории ОАЭ. Однако расширение бизнеса в стране, в частности оптовой и розничной торговли, может потребовать найма местных сотрудников, согласно новым законам об эмиратизации.

Локальные особенности импортных операций

Интерпретация процедур регистрации продукта и упаковки может отличаться от эмирата к эмирату. Наиболее предсказуемыми в отношении требований к поставщику являются Дубай и Абу-Даби.

Сертификация органической продукции, продукции «Халяль» и отсутствие трансжиров

Если продукт позиционируется как органический, производитель должен предоставить сертификат об его органическом происхождении. Аналогично, если в продукции заявлено отсутствие трансжиров, должны быть представлены подтверждающие документы.

На рынке ОАЭ широко представлен малайзийский и индонезийский маргарин с маркировкой «Халяль» и, соответственно, наличие данной сертификации может послужить конкурентным преимуществом. Сертификацию необходимо подтвердить документами от одного из [центров сертификации](#), признанных на уровне ССАГПЗ.

Часто меняющиеся технические стандарты

На уровне стран – членов ССАГПЗ (в рамках GSO — Организации по стандартизации ССАГПЗ) часто принимаются новые стандарты и правила, которые не публикуются в свободном доступе. Стоимость одного технического стандарта варьируется от 24 до 40 долл. США. Технические стандарты доступны на сайте [GSO](#). Зачастую стандарты представляют собой принятые в рамках ССАГПЗ нормы Кодекса Алиментариус.

Требования к маркировке

Наиболее частой проблемой при импорте продукции АПК в ОАЭ является несоответствие маркировки, а именно отсутствие маркировки и/или важной информации на арабском языке. Импортеры должны подавать образцы всех этикеток для проверки вместе с первичной заявкой на поставку продукции. Перед импортом продукции производитель обязан предоставить информацию о маркировке продукта, загрузив данные в одну из систем — ZAD, FIRS или ZADI. Вся информация о продукте на упаковке должна быть переведена на арабский язык (можно использовать стикеры). На упаковке обязательно должны быть указаны: дата изготовления и срок годности, пищевая ценность, страна происхождения.

Обязательное привлечение торговых агентов для реализации продукции

Реализация импортных товаров может осуществляться только торговыми агентами — местными компаниями, зарегистрированными в реестре торговых агентов Министерства экономики ОАЭ (МОЕС).

Необходимо учитывать, что, согласно законам об агентах, в ОАЭ дистрибьюторское соглашение между иностранным поставщиком и зарегистрированным местным агентством может предоставить последнему исключительные права на импорт и/или сбыт товаров на территории страны. Соглашение может быть расторгнуто только в том случае, если иностранный поставщик или импортер предъявит «веское обоснование для прекращения или невозобновления соглашения». Дела о прекращении действия дистрибьюторских соглашений рассматриваются комитетом коммерческих агентств и могут быть обжалованы в суде.



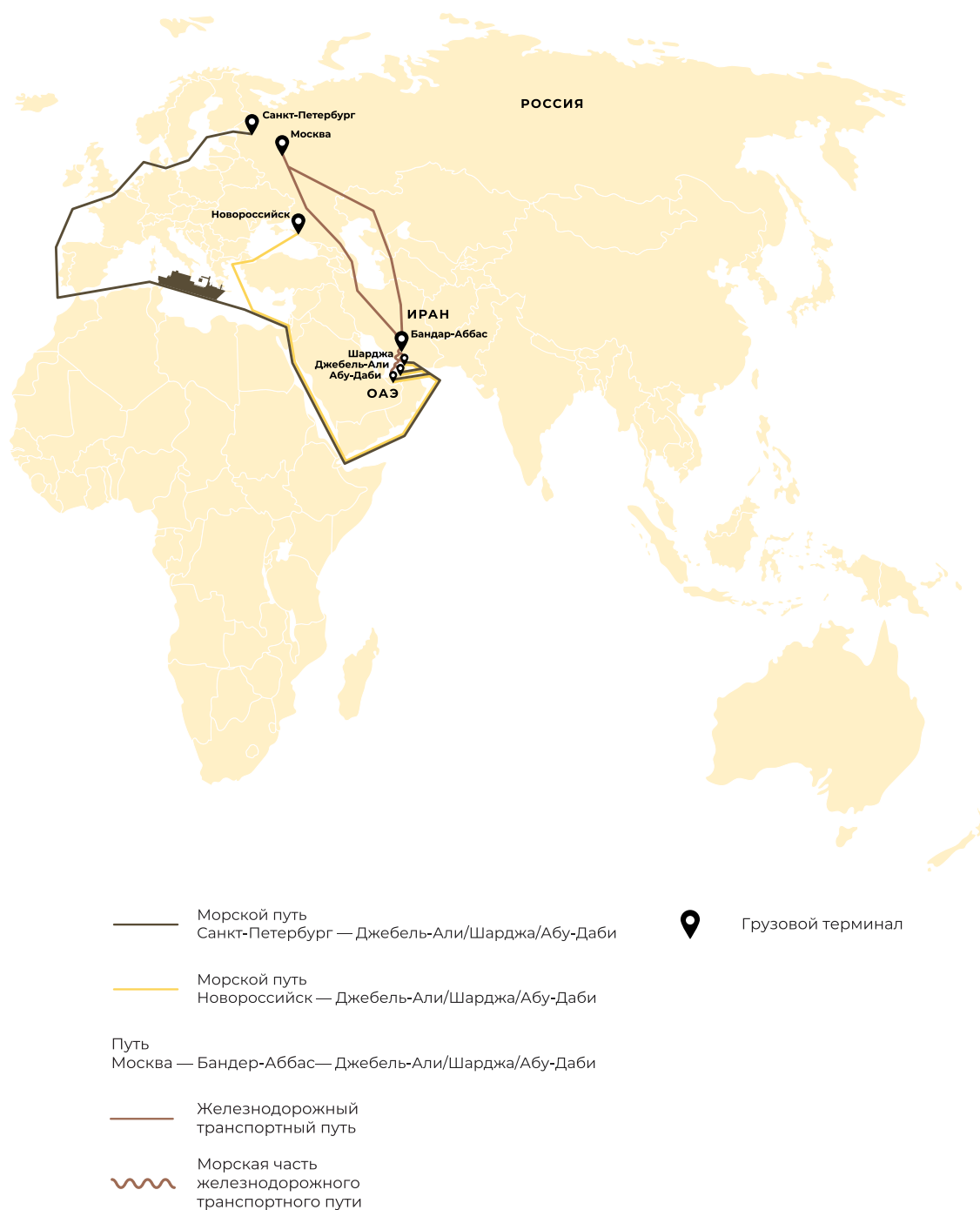
Организация экспортных поставок

5



5.1. Логистика

Рис. 25. Доставка маргарина из России в ОАЭ



Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, а также прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агроэкспорт», НИУ ВШЭ и Масложирового союза России ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.

Существует несколько логистических путей доставки продукции, подлежащей температурному контролю, из России в ОАЭ:

1) Морская перевозка. Этапы и варианты:

- автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки:
 - с перевалкой в порту,
 - без перевалки в порту;
- автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки;
- автомобильная перевозка в рефрижераторе — железнодорожная перевозка в контейнере — порт отгрузки;
- морская перевозка.

2) Авиаперевозка.

Морская перевозка

Оптимальный способ доставки партии груза из России в ОАЭ — морским транспортом.

Доставка товара в порт отправления может быть осуществлена двумя способами:

- напрямую от производителя;
- через склад накопления.

Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки (с перевалкой в порту)

Перевозка в порт отправления может осуществляться в рефрижераторных контейнерах (рефконтейнерах) автомобильным или железнодорожным транспортом либо в рефрижераторных автомобилях (авторефрижераторах). С учетом действующего законодательства вместимость одного рефрижераторного грузовика составляет порядка 20 тонн брутто. Соответственно, наиболее экономически эффективная схема перевалки — три авторефрижератора в два рефконтейнера.

Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки (без перевалки в порту)

Вместимость одного 40-футового морского рефрижераторного контейнера составляет до 28 тонн брутто. Отгрузки в 20-футовых рефконтейнерах практически не осуществляются. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при перевозках по территории России для доставки тяжелого контейнера можно использовать либо автомобиль с разрешением для провоза груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо автомобиль с семью осями, что позволяет распределить массу автопоезда без нарушения правил. Коробки размещаются в контейнере без палет.

Во время перевозки необходимо использовать дизель-генератор для подключения контейнера к источнику питания и обеспечения стабильной температуры внутри транспортного средства.

Для контроля температуры в процессе перевозки товара используют термолоттеры: электронные (накапливают информацию о температуре) и химические (меняют цвет при нарушении температурного режима). При нарушении температурного режима транспортировки получатель может отказаться от приемки товара. Во избежание подобных рисков рекомендуется подключать контейнер к источнику питания на всем маршруте следования.

Рефрижераторный контейнер должен быть подготовлен судоходной линией или транспортной компанией в соответствии с требованиями к температурному режиму перевозки конкретного продукта (процедура прохождения PreTrip Inspection, PTI).

Перевозка осуществляется на основании CMR-накладной и облагается НДС по ставке 0%. У каждой морской линии свое расписание и оптимально, чтобы экспортер заранее с ним ознакомился и зарезервировал место на выбранном судне. Это поможет снизить риски возникновения расходов при помещении товаров на склады временного хранения в ожидании погрузки.

Автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем маргарина, так и покупателем. Груз перевозится на палетах для оптимизации скорости и затрат на его перевалку и хранение. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет около 20 тонн брутто. Таким образом, для оптимальной логистической схемы с дальнейшей отгрузкой товара в контейнеры три фуры перегружаются в два контейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах: в сезоны пиковых нагрузок (октябрь – март) срок выгрузки может достигать до двух суток.

Перевозка осуществляется на основании транспортной накладной и сопровождается бухгалтерскими документами (товарной накладной, счетом-фактурой), сертификатами качества.

Автомобильная доставка экспортной продукции на склад накопления считается внутрироссийской перевозкой и облагается НДС 20%, за исключением случаев, когда подрядчиком является компания, применяющая упрощенную систему налогообложения.

Основные статьи расходов при осуществлении отгрузки через склад накопления:

- погрузо-разгрузочные работы при приемке товара с автомобилей (ставка устанавливается обычно за палету);
- хранение (ставка может быть установлена за палету или тонну, в зависимости от договоренности со складом и веса палеты с грузом);
- погрузо-разгрузочные работы при отгрузке товара в контейнер (ставка устанавливается, как правило, за тонну).

Работа со складом накопления возможна как напрямую, так и через комплексного логистического провайдера. В первом случае компания-экспортер должна заключить договор со складом, а представителю компании необходимо присутствовать на складе для осуществления операций с товаром, во втором эти функции берет на себя логистический провайдер.

При выборе склада накопления необходимо учитывать:

- возможность осуществлять хранение охлажденной продукции;
- состояние помещений для хранения;
- режим работы склада;
- время на обработку одного транспортного средства;
- удобство подъездных путей;
- наличие площади для накопления транспортных средств;
- резервные мощности на случай аварийных ситуаций.

Автомобильная перевозка в контейнере — железнодорожная перевозка в контейнере — порт отгрузки

В новых логистических реалиях России активное развитие получил железнодорожный маршрут «Север — Юг» с масштабными инвестициями и существенным увеличением грузопотока. Данный маршрут подразумевает использование портов Ирана для доступа к транспортным маршрутам стран Персидского

залива и Аравийского полуострова вплоть до Индии. По состоянию на 2023 г. задействован маршрут через порт Бендер-Аббас в Иране с доставкой туда грузов железнодорожным транспортом.

При отправке по железной дороге используется два типа контейнеров:

- автономные рефрижераторные контейнеры (со встроенным дизель-генератором для обеспечения рефрижераторной установки контейнера электропитанием): внутренний полезный объем — 61,1 м³, вместимость — порядка 26 тонн брутто;
- морские рефрижераторные контейнеры увеличенной кубатуры: внутренний полезный объем — 66–67 м³, вместимость — порядка 28 тонн брутто.

Отправки производятся в основном со станции Селятино в г. Москве. Они осуществляются еженедельно, с тенденцией к увеличению регулярности.

При отправке товара железнодорожным транспортом оформляется железнодорожная накладная. Отправке по железной дороге предшествует автомобильная доставка до станции отправления (см. подразделы «Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки», «Автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки»).

Морская перевозка

Основные порты для доставки рефрижераторных грузов в ОАЭ:

- Абу-Даби (Abu Dhabi),
- Джебель-Али (Jebel Ali),
- Шарджа (Sharjah).

В связи с санкционной политикой в отношении России судоходными линиями, которые осуществляют перевозки из портов Санкт-Петербург и Новороссийск в указанные порты, являются [MSC](#) и [Hub Shipping](#).

Транзитное время морской доставки зависит от скорости обработки грузов в транзитных портах.

Табл. 15. Ориентировочное транзитное время доставки, дни

Порт отправки/прибытия	Абу-Даби (Abu Dhabi)	Джебель-Али (Jebel Ali)	Шарджа (Sharjah)
Санкт-Петербург	33	35	39
Новороссийск	25	27	27

Сроки и стоимость доставки

Табл. 16. Ориентировочная стоимость комплексной доставки рефрижераторных грузов в ОАЭ

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Белгород — СПб — Абу-Даби	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 480	27	0,43	40–45
Белгород — Новороссийск — Абу-Даби	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 915	27	0,44	30–35
Белгород — СПб — Джебел-Али	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 180	27	0,41	40–45
Белгород — Новороссийск — Джебел-Али	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 800	27	0,44	35–40
Белгород — СПб — Шарджа	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 380	27	0,42	45–50
Белгород — Новороссийск — Шарджа	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 915	27	0,44	35–40
Екатеринбург — СПб — Абу-Даби	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 320	27	0,46	40–45
Екатеринбург — Новороссийск — Абу-Даби	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	15 040	27	0,56	30–35
Екатеринбург — СПб — Джебел-Али	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 020	27	0,45	40–45
Екатеринбург — Новороссийск — Джебел-Али	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	14 940	27	0,55	35–40
Екатеринбург — СПб — Шарджа	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 220	27	0,45	45–50
Екатеринбург — Новороссийск — Шарджа	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	15 040	27	0,56	35–40
Саратов — СПб — Абу-Даби	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 500	27	0,43	40–45
Саратов — Новороссийск — Абу-Даби	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 185	27	0,45	30–35

Продолжение табл. 16.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Саратов — СПб — Джебель-Али	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 200	27	0,41	40–45
Саратов — Новороссийск — Джебель-Али	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 085	27	0,45	35–40
Саратов — СПб — Шарджа	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 400	27	0,42	45–50
Саратов — Новороссийск — Шарджа	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 185	27	0,45	35–40

Примечание. Указаны действующие на 16 ноября 2023 г. ставки, в которые включены все необходимые расходы: наземная доставка рефконтейнера с грузом весом до 27 тонн нетто, фрахт, дизель-генератор, таможенное оформление, внутрипортовое экспедирование, взвешивание контейнера, оформление сертификата происхождения и др. Ставки рассчитаны по курсу 89,46 руб. за 1 долл. США.

В перечне ставок указана отправка из Белгорода, Екатеринбурга и Саратова, что обусловлено географией расположения в данных регионах крупных производств маргарина. В качестве оптимального маршрута перевозки из данных локаций можно выбрать любой из перечисленных вариантов в зависимости от приоритетов: срока доставки, цены, размера грузовой партии, наличия потенциально рискованных транзитных портов, возможности и скорости получения балансового платежа по контракту (часто после предоставления коносамента).

В рамках программы поддержки экспорта в России на основании [постановления Правительства Российской Федерации](#) от 15.09.2017 № 1104 экспортеры имеют право на возмещение части транспортных затрат в размере 25%, но не более 30% от стоимости товара. Для этого необходимо подать соответствующую заявку в Российский экспортный центр (более подробная информация размещена в [разделе 12 «Государственная поддержка экспорта продукции АПК»](#)).

Авиаперевозка

Авиаперевозки способны обеспечить доставку лишь малых партий груза, а поддержание надлежащего температурного режима в этом случае вызывает организационные трудности.

Основные международные аэропорты ОАЭ:

- Абу-Даби (г. Абу-Даби);
- Аль-Мактум (г. Дубай);
- Дубай (г. Дубай);
- Рас-эль-Хайма (г. Рас-эль-Хайма);
- Шарджа (г. Шарджа).

Для воздушной перевозки товаров, требующих температурного контроля, отправителю необходимо разместить груз в термоконтейнере, который нужно либо купить, либо взять в аренду. В случае приобретения в собственность вернуть или продать контейнер проблематично, поэтому потраченные на него денежные средства обычно закладываются в стоимость продукции как расходы на невозвратную тару. При авиаперевозке подключение контейнера к электропитанию, а также надлежащий температурный режим должны быть оговорены с перевозчиком отдельно.

Перевозка осуществляется на основании авианакладной и облагается НДС по ставке 0%. Перед выпуском груз проходит финальное взвешивание, данные которого указываются в транспортном документе. При этом в случае корректировки веса груза производится и корректировка авиафрахта, который рассчитывается на основании фактических габаритных и весовых характеристик груза.

Таможня

Таможенное оформление маргарина на экспорт осуществляется двумя способами: с использованием печати таможенного представителя и с помощью собственной электронно-цифровой подписи экспортера. Для таможенного оформления необходимы следующие документы:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (бывший паспорт сделки);
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта.

Экспортную таможенную декларацию можно оформить на таможенном посту как по месту нахождения отправителя, так и в пункте пересечения границы РФ.

Важно! Компании-экспортеры имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для этого обязательным является подтверждение факта экспорта.

Возможные контрагенты

- 1) Комплексные логистические провайдеры, предоставляющие склады накопления и обеспечивающие отгрузку продукции различными видами транспорта через порты России:
 - ООО «ГК «СУПЕРКАРГО» (рефрижераторные грузы);
 - ООО «Галеас».
- 2) Железнодорожные операторы:
 - ООО «РЖД Логистика»;
 - ООО «Рефагротранс»;
 - ООО «Дальрефтранс».
- 3) Сюрвейерские компании:
 - SGS;
 - ГК «ТопФрейм»;
 - IPC Hormann.
- 4) Контакты морских линий приведены в разделе «Морская перевозка».

Логистические риски

При транспортировке грузов могут возникать различные риски. Ниже перечислены наиболее распространенные.

Страхуемые риски. В данную категорию входят следующие риски:

- а) утрата (гибель), недостача или повреждение всего либо части застрахованного груза;
- б) возникновение непредвиденных расходов в виде:
 - расходов и взносов по общей аварии, которые обязан понести страхователь/выгодоприобретатель;

- необходимых и целесообразных расходов по уменьшению возможных убытков, включая расходы по спасанию и/или сохранению груза, установлению размера убытков, если убытки возникли в результате страхового случая;
- в)** неполучение ожидаемых доходов от реализации застрахованного груза по независящим от страхователя и/или выгодоприобретателя обстоятельствам вследствие утраты (гибели), недостачи или повреждения застрахованного груза в период его перевозки и/или непрерывного временного хранения груза в пунктах перегрузок и/или перевалок;
- г)** утрата (гибель) или повреждение всего либо части застрахованного груза в результате:
 - удара молнии, бури, вихря, урагана, шторма, извержения вулкана и других стихийных бедствий;
 - пожара, взрыва на перевозочном средстве, а также вследствие мер, принятых для спасания или тушения пожара;
 - крушения или столкновения судов, их удара о неподвижные или плавучие предметы, посадки судна на мель, повреждения судна льдом, провала мостов, подмочки забортовой водой;
 - крушения или столкновения наземных перевозочных средств, их удара о подвижные или неподвижные предметы, дорожно-транспортного происшествия при перевозке груза автомобильным транспортным средством, схода с рельсов железнодорожных транспортных средств, провала мостов;
 - крушения, падения или столкновения самолетов, других воздушных транспортных средств;
- д)** утрата (гибель) застрахованного груза в результате пропажи без вести морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз;
- е)** утрата (гибель) / повреждение всего застрахованного груза или целого места застрахованного груза (кроме перевозок насыпью, навалом, наливом) либо части застрахованного груза (для перевозок насыпью, навалом, наливом) при погрузке, укладке, перегрузке (перевалке), выгрузке застрахованного груза или приеме судном топлива;
- ж)** подмочка груза атмосферными осадками;
- з)** выбрасывание за борт и смывание волной палубного груза или груза, перевозимого в беспалубных судах;

- и) нарушение температурного режима (влияние температуры) при поломке рефрижератора на непрерывный срок не менее 24 часов при условии, что груз перевозится на транспорте (рефрижераторе), оборудованном исправными устройствами записи температуры воздуха (самописцами);
- к) кража и/или грабеж и/или разбой.

Санкционно-военные риски. Данная категория рисков связана, как правило, с действиями третьих стран. В настоящее время такие риски не принимаются к страхованию. Основным ущерб в этом случае касается задержек и возможных расходов на хранение в результате ареста, конфискации или иных действий третьих стран, через которые осуществляется транзит. Кроме того, при военных рисках существует вероятность потери груза.

Коммерческие риски. Продажа товара на условиях Инкотермс, не включающих ответственность за его перевозку, не избавляет экспортера/отправителя от рисков по хранению и доставке продукции. Если получатель отказался от груза или судходная линия по каким-либо причинам не может потребовать с получателя причитающиеся ей платежи, то на основании условий коносамента соответствующие суммы могут быть взысканы с грузоотправителя как с субсидиарного ответчика. Например, в моменты существенного падения рыночной цены на товар возможны отказы от предоплаты за груз и получения груза, находящегося в пути. Подобные действия со стороны получателя/покупателя ведут к рискам простоя контейнеров в порту назначения за счет продавца/отправителя. Если в сделке участвует трейдер, не указанный в коносаменте, риски по простоям несет отправитель согласно коносаменту.

Многие страны ССАГПЗ могут приостанавливать приемку грузов в одностороннем порядке с целью поддержания внутренней цены отечественных производителей.

Иногда возникают споры с транспортными компаниями по вопросам качества доставленного товара. Чаще всего претензии связаны со следующими проблемами:

- нарушение температурного режима;
- несоответствие маркировки продукции;
- ненадлежащий внешний вид продукции;
- пересортица.

Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательств качества погруженной продукции. В данной ситуации рекомендуется присутствие на погрузке сюрвейера. Оно не обязательно, однако позволяет проконтролировать количество и качество продукции на этапе ее погрузки в транспортное средство. Предоставление сюрвейерского отчета часто помогает обоснованно ответить на претензию получателя и сократить возможные потери.

5.2. Осуществление валютно-финансовых операций

Порядок осуществления валютных операций при экспорте

Официальная валюта ОАЭ — дирхам ОАЭ, курс которого привязан к доллару США (по состоянию на 28.04.2024 3,6725 дирхама ОАЭ = 1 долл. США). Валютные ограничения в ОАЭ отсутствуют, дирхам ОАЭ — свободно конвертируемая валюта. Работу местных и международных банков контролирует Центральный банк ОАЭ. Все лицензированные банки совершают международные денежные переводы в ОАЭ.



Для осуществления операций в дирхамах владелец корпоративного или личного счета в банке ОАЭ должен указать в контракте соответствующую валюту в качестве платежного средства. Проведение взаиморасчетов в дирхамах требует, чтобы контрагент также имел текущий счет в этой валюте.

Резиденты и нерезиденты имеют право открывать банковские счета в ОАЭ или за рубежом в дирхамах ОАЭ и в иностранной валюте. Для открытия банковского счета необходимо предоставить удостоверение личности и документ о платежеспособности. Личный счет в ОАЭ может быть открыт физическим лицом, имеющим статус резидента страны, корпоративный — юридическим лицом, зарегистрированным в ОАЭ. Иностранной компании для этого требуется создать в стране представительство, филиал или дочернюю компанию.

Обмен иностранной валюты осуществляется в лицензированных обменных пунктах и банках при предъявлении удостоверения личности.



Основные документы, необходимые при осуществлении валютных операций

Основные документы, необходимые экспортерам для осуществления валютно-финансовых операций при организации поставок в ОАЭ:

- инвойс от экспортера, адресованный импортеру, с описанием товара, указанием количества и общей стоимости каждого импортируемого товара;
- сертификат происхождения, удостоверенный торговой палатой страны происхождения;
- упаковочный лист с указанием веса, способа упаковки и кода товарной номенклатуры для каждого товара;
- разрешение на импорт в случае импорта товаров с ограниченным доступом или товаров, освобожденных от пошлин;
- транспортная или авианакладная.

Для всех пищевых продуктов, в дополнение к вышеперечисленным, необходимы следующие сертификаты:

- оригинал санитарного сертификата, выданного в стране-экспортере, подтверждающего пригодность продукта к употреблению в пищу;
- оригинал сертификата «Халяль» (для мясной продукции).

Особенности практик применения взаиморасчетов

В ОАЭ для международных расчетов широко используются аккредитивы. Наиболее распространенные виды аккредитивов — с отложенным платежом, на условиях платежа по предъявлению документов, револьверные (возобновляемые). Согласно [Закону ОАЭ № 50/2022 «О коммерческих сделках»](#), при отсутствии каких-либо четких указаний аккредитив считается безотзывным, в отличие от международных стандартов.

Для оплаты сделок на крупные суммы могут использоваться чеки. Возврат банком чека без оплаты ввиду отсутствия средств на счету клиента считается уголовным преступлением и может закончиться тюремным заключением для лица, выдавшего необеспеченный чек.

Электронные денежные переводы также широко практикуются в ОАЭ. Центральный банк ОАЭ управляет системой денежных переводов UAEFT, которая работает в режиме реального времени. В стране также действует система международных номеров банковских счетов (IBAN).

Кредитные карты VISA, MasterCard, UnionPay принимаются предприятиями и государственными службами ОАЭ. С 11 марта 2022 г. в стране приостановлен прием российских карт «Мир». Развиваются проекты в области цифровых платежей: Etisalat Wallet, Beam Wallet, Apple Pay, Google Pay и Samsung Pay.

Возможные банки для осуществления валютных операций

Табл. 17. Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Банк	Описание	Сайт
First Abu Dhabi Bank (FAB)	Крупнейший банк ОАЭ. Образован в 2017 г. в результате слияния First Gulf Bank и National Bank of Abu Dhabi	www.bankfab.com
Emirates NBD	Второй крупнейший банк ОАЭ. Основан в 1963 г. Владелец банков DenizBank (Турция) и Emirates NBD Egypt	www.emiratesnbd.com
ADCB	Основан в 1985 г. Располагает 53 филиалами, обслуживает более 1 млн клиентов	www.adcb.com
RAKBANK	Основан в 1976 г. Контрольный пакет акций принадлежит правительству эмирата Рас-эль-Хайма	www.rakbank.ae
National Bank of Fujairah (NBF)	Основан в 1982 г. Среди ключевых владельцев — правительство эмирата Эль-Фуджейра и Инвестиционная корпорация Дубая	www.nbf.ae

Риски при взаиморасчетах с ОАЭ

В целом ОАЭ имеют прочную репутацию одного из ведущих и наиболее открытых коммерческих центров на Ближнем Востоке. Тем не менее при расчетах с контрагентами из ОАЭ российским компаниям необходимо учесть некоторые риски и особенности коммерческого присутствия на данном рынке: возможные задержки платежей, непрозрачные процессы проведения тендерных закупок, сложные правила расторжения соглашений с коммерческим агентом, а также длительные и обременительные процессы разрешения коммерческих споров.

Ключевым риском при взаиморасчетах с контрагентами из ОАЭ является несвоевременное получение платежей, особенно при контрактации в государственном секторе экономики. В отдельных случаях кредиторская задолженность перед поставщиками может длиться месяцами. Также в ОАЭ встречаются недобросовестные контрагенты, использующие серые схемы или совершающие мошеннические действия в отношении иностранных компаний, особенно малых и средних предприятий. Российским компаниям рекомендуется проводить тщательную и комплексную проверку контрагентов перед контрактацией, а также продумывать условия оплаты с использованием инструментов торгового финансирования либо настаивать на схеме с получением предоплаты во избежание несвоевременной оплаты.

5.3. Формы присутствия на рынке

ОАЭ — одно из популярных направлений для открытия бизнеса, в том числе с нулевой ставкой подоходного налога. Правительство страны максимально упрощает ведение бизнеса. Единый онлайн-сервис Bashr помогает инвесторам открыть компанию в течение 15 минут и оформить все необходимые лицензии.

[Abu Dhabi Business Centre](#) дает возможность получить моментальную лицензию на открытие компании в режиме онлайн. В Дубае для международных инвесторов и предпринимателей запустили программу [Dubai Virtual Commercial City](#), которая позволяет создать виртуальную компанию без проживания в ОАЭ.

Регулирование деятельности компаний

Основным нормативно-правовым актом, регулирующим учреждение и деятельность компаний в ОАЭ, является [Федеральный закон от 20.09.2021 № 32 «О коммерческих компаниях»](#). Регистрация компании возможна на основной (материковой) территории ОАЭ, в свободных экономических зонах и в офшорных зонах. На основной территории возможно учреждение компании как в форме совместного предприятия, так и в полном иностранном владении. Все компании должны иметь офис и пройти регистрацию в ОАЭ.

Формы ведения бизнеса

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) является наиболее распространенной формой бизнеса. Многие инвесторы выбирают ООО из-за возможности 100%-ной иностранной собственности и необязательного участия бизнес-спонсора из ОАЭ.

Табл. 18. Инкорпорация зарубежного бизнеса в ОАЭ

Тип компании	Учредители	Уставный капитал	Особенности
Общество с ограниченной ответственностью (Limited Liability Company)	Не более 50 участников	Требования отсутствуют	• Ответственность ограничена долями в капитале. • Управление осуществляется одним или несколькими менеджерами (избираемыми из числа партнеров или третьих лиц)
Публичное акционерное общество (Public Joint Stock Company)	Не менее 5 акционеров	30 млн дирхамов	• Капитал разделен на равные доли, часть акций компании размещается по открытой подписке. • Ответственность акционеров ограничена долями в капитале. • Компанией управляет совет директоров (от 3 до 11 членов)
Частное акционерное общество (Private Joint Stock Company)	Не менее 2 акционеров	Не менее 5 млн дирхамов	• Капитал разделен на акции равной номинальной стоимости. • Акционеры несут ответственность только в пределах своей доли в капитале общества

Регистрация компании

С порядком регистрации различных организационно-правовых форм можно ознакомиться на сайте Министерства экономики ОАЭ ([MOEC](#)) или в департаменте экономического развития (DED) конкретного эмирата. Подать документы на регистрацию компании можно через платформу [Basher](#). Эта платформа предлагает 14 ключевых услуг, предоставляемых 18 федеральными и местными органами власти, в том числе получение торговой лицензии без посещения госучреждений, внесение изменений или продление регистрации филиала (представительства) компании.

Процедура регистрации компании включает несколько шагов.

- 1) Определение сферы деятельности компании.** ОАЭ предлагают 6 основных экономических лицензий с более 2 тыс. видами деятельности.
- 2) Выбор организационно-правовой формы бизнеса.** Рекомендуется воспользоваться подробной информацией на сайте DED конкретного эмирата.
- 3) Регистрация уникального наименования компании.** Заявку можно подать через сайт или приложение DED выбранного эмирата, а также лично.

- 4) **Получение предварительного разрешения.** Позволяет инвестору приступить к следующим шагам по созданию бизнеса и выдаче лицензии, однако не является разрешением на ведение предпринимательской деятельности.
- 5) **Подготовка учредительного договора.** Требуется для всех видов компаний, а в случае индивидуального предпринимательства заключается соглашение с местным сервисным агентом.
- 6) **Получение юридического адреса.** Помещение и местоположение компании должны соответствовать требованиям DED эмирата, а также политике зонирования и правилам местного муниципалитета. В Дубае договор аренды офисного или складского помещения регистрируется в системе Ejari [земельного департамента Дубая](#).
- 7) **Получение дополнительных разрешений.** Специальные разрешения оформляются в госорганах в зависимости от вида деятельности.
- 8) **Передача на регистрацию пакета документов,** включая полученные разрешения и ранее переданные документы, заверенную копию договора аренды, учредительный договор, дополнительные разрешения (при необходимости).
- 9) **Уплата пошлины и получение лицензии.** Одна лицензия может охватывать несколько видов экономической деятельности.
- 10) **Регистрация в торгово-промышленной палате эмирата.** Осуществляется по местонахождению компании.

Стоимость регистрации зависит от места регистрации компании. В большинстве эмиратов запуск бизнеса стоит от 40 до 50 тыс. дирхамов (от 11 до 14 тыс. долл. США). В Дубае стоимость регистрации составляет от 90 тыс. дирхамов (24 тыс. долл. США). Сроки регистрации также зависят от местонахождения компании. Так, открытие юридического лица в Дубае может занять от двух недель до месяца, тогда как для регистрации компании в других эмиратах может потребоваться всего несколько дней.

Кроме того, ОАЭ предлагают инвесторам более 40 многопрофильных свободных зон с возможностью 100% иностранного владения. Информация для регистрации компании представлена на сайте [Министерства экономики ОАЭ](#) и онлайн-платформе [UAE Free Zones](#). Регистрационные сборы варьируются от 6,7 до 11 тыс. долл. США: от 10 тыс. долл. США в Дубае и от 5 тыс. долл. США в Шардже, Аджмане, Умм-эль-Кувейне, Рас-эль-Хайме, Фуджейре. Регистрация компании в одной из СЭЗ Дубая занимает от двух до трех недель; в Шардже, Аджмане, Умм-эль-Кувейне, Рас-эль-Хайме и Фуджейре — два-три дня. Более подробно с действующими свободными зонами можно ознакомиться в [разделе 7 «Особые экономические зоны»](#).

Некорпоративные формы организации бизнеса

Филиал может быть открыт, чтобы напрямую вести деятельность на территории ОАЭ. Для этого необходимо получить соответствующую лицензию и зарегистрироваться в реестре иностранных компаний. Порядок регистрации и условия подготовки счетов филиалов иностранных компаний определяются решением министра экономики конкретного эмирата. По запросу иностранной компании издается решение с указанием документов, которые необходимо приложить к заявке на регистрацию. В таком решении могут быть определены условия работы и закрытия филиала иностранной компании.

Иностранные компании и их филиалы (но не представительства) должны вести бухгалтерский учет, сдавать отчеты о прибылях и убытках, а также проходить проверку аудитором, зарегистрированным в реестре аудиторов ОАЭ. Копия балансового отчета вместе с аудиторским отчетом ежегодно представляются в компетентное учреждение эмирата.

Представительство может быть открыто иностранной компанией для изучения рынков и производственных возможностей, без участия в коммерческой деятельности.

Работа через посредника/ дистрибьютора

Международные производители, планирующие выход на рынок ОАЭ без корпоративного присутствия, могут работать с местным дистрибьютором или агентом. Преимуществом такой работы является местная дистрибьюторская сеть и хорошее знание рынка, однако для успешного сотрудничества с дистрибьюторами важно ориентироваться в законодательстве об агентской деятельности.

В ОАЭ дистрибьюторские соглашения считаются агентским договором. Признаются как зарегистрированные (в Министерстве экономики), так и незарегистрированные договоры.

Зарегистрированные договоры

Правила коммерческого агентирования изложены в Федеральном законе № 18/1981 «Об агентировании». Закон не делает различия между агентами и дистрибьюторами, но применяется только в отношении зарегистрированных договоров. При этом права местных агентов хорошо защищены:

- агент имеет исключительное право продажи товаров как минимум в одном эмирате;
- агент вправе получать комиссию со всех продаж на договорной территории, независимо от своего участия в них;

- агент может блокировать ввоз в ОАЭ товаров, являющихся предметом агентского договора, даже если импортом занимается предприятие, назначившее агента;
- расторжение агентского договора возможно только в случае взаимного согласия сторон либо по решению суда при наличии веской причины.

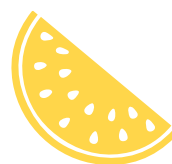
Договор должен быть нотариально заверен, переведен и составлен в соответствии с требованиями законодательства ОАЭ.

Незарегистрированные договоры

С агентом можно также заключить незарегистрированный договор, который будет регулироваться Федеральным законом «О гражданско-правовых сделках» (Гражданский кодекс) и Федеральным законом «О коммерческих сделках» (Коммерческий кодекс). В этом случае интересы местных агентов будут в меньшей степени защищены. Однако в законах содержатся определенные меры защиты, поэтому в агентские и дистрибьюторские договоры важно включить положения о досрочном расторжении.

При выборе агента/дистрибьютора следует руководствоваться следующими критериями:

- деловая репутация и лицензируемые виды деятельности;
- территория продаж и минимальный заказ;
- ограничение ответственности за нарушение договора;
- эксклюзивные права и права интеллектуальной собственности;
- последствия расторжения договора и механизмы разрешения споров;
- экспортные/импортные расходы;
- налогообложение;
- влияние законов о конкуренции, особенно если дистрибьюторское соглашение предусматривает установление цен или ограничивает каналы сбыта.



5.4. Защита интеллектуальной собственности

Специфика правовой охраны и защиты товарных знаков компаний-экспортеров:

Вопросами охраны прав на интеллектуальную собственность, включая регистрацию ее объектов, занимается Министерство экономики ОАЭ ([МОЕС](#)). Действующим законодательством признаются национальные права на патенты, авторские права и товарные знаки. Основные законы:

- [Федеральный закон № 36/2021 «О товарных знаках»;](#)
- [Федеральный закон № 38/2021 «Об авторском праве и смежных правах»;](#)
- [Федеральный закон № 11/2021 «О регулировании и защите промышленной собственности»;](#)
- [Федеральный закон № 17/2002 «О регулировании и охране прав на патенты и промышленные образцы».](#)

Признание международных прав на интеллектуальную собственность обеспечено участием ОАЭ в международных соглашениях:

- [Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности \(ТРИПС\);](#)
- [Стокгольмская конвенция об учреждении Всемирной организации интеллектуальной собственности \(ВОИС\);](#)
- [Ниццкое соглашение о Международной классификации товаров и услуг \(МКТУ\);](#)
- [Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков;](#)
- [Парижская конвенция по охране промышленной собственности;](#)
- [Страсбургское соглашение о Международной патентной классификации;](#)
- [Договор о патентной кооперации;](#)
- [Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений;](#)

- [Римская конвенция об охране прав исполнителей, изготовителей фонограмм и вещательных организаций](#);
- [Договор ВОИС по исполнениям и фонограммам](#);
- [Договор ВОИС по авторскому праву](#).

Законодательство ССАГПЗ о товарных знаках предусматривает единообразную практику обеспечения охраны товарных знаков на всей территории региона, но не предлагает единой системы регистрации. Соответственно, чтобы зарегистрировать товарный знак в нескольких странах ССАГПЗ, необходимо подать отдельную заявку в каждую страну.

Регистрация товарного знака

Зарегистрировать товарный знак в ОАЭ можно двумя способами:

- путем подачи заявки в национальное ведомство ОАЭ;
- через ВОИС в рамках Мадридской системы.

Национальная заявка

Для регистрации товарного знака следует заполнить электронную заявку на [сайте Министерства экономики ОАЭ](#). В отношении каждого класса МКТУ подается отдельная заявка. При этом необходимо проверить все действующие ограничения. Процедура длится от четырех месяцев до двух лет, включая этап экспертизы. За [публикацию товарного знака](#) взимается сбор в размере 750 дирхамов (250 долл. США).

Зарегистрировать товарный знак может как юридическое, так и физическое лицо. Для этого потребуются следующие документы:

- заполненная заявка на регистрацию с информацией о заявителе;
- изображение знака в печатном или электронном виде;
- перечень товаров/услуг для регистрации знака;
- копии документов, подтверждающих право на ведение бизнеса в стране;
- доверенность, оформленная заявителем, заверенная нотариусом и легализованная в консульстве ОАЭ (копию доверенности можно представить вместе с заявкой, но в течение 90 дней необходимо предъявить ее оригинал).

После предварительной проверки и экспертизы заявка публикуется для подачи возражений третьими лицами (принимаются в течение 30 дней). У заявителя также есть 30 дней, чтобы предоставить ответ на полученные возражения. Затем выдается свидетельство о регистрации.

Следует учесть, что в регистрации товарного знака может быть отказано, если в ходе экспертизы обнаружится идентичная марка, поэтому предварительно следует проверить совпадения в национальной базе данных¹³. Кроме того, в ОАЭ запрещено регистрировать товарные знаки, которые связаны с алкогольными напитками, свининой, а также услугами ночных клубов и питейных заведений.

Международная заявка

С 28 декабря 2021 г. правообладатели, имеющие национальную (базовую) регистрацию товарного знака в любой стране, присоединившейся к Мадридскому протоколу, могут подать международную заявку на регистрацию в ОАЭ через [ВОИС](#).

Соответственно, на основе национальной регистрации или заявки на регистрацию в России товарный знак можно зарегистрировать в ОАЭ, направив заявку в ВОИС через [Роспатент](#).

ВОИС передает заявку в ОАЭ. Министерство экономики ОАЭ проводит собственную экспертизу и регистрирует товарный знак либо направляет предварительный отказ. В случае положительного решения выдается электронное свидетельство на товарный знак.

В течение первых пяти лет международная регистрация зависит от национальной (базовой) регистрации, то есть международная охрана автоматически будет прекращена, если по какой-либо причине аннулируется регистрация в стране происхождения.

Правовая охрана товарного знака

Товарный знак регистрируется на 10 лет с возможностью продления исключительных прав. Владельцы товарных знаков должны знать, что любая заинтересованная сторона может обратиться в суд с требованием аннулировать регистрацию в случае неиспользования знака на территории ОАЭ непрерывно в течение 5 лет с даты регистрации.

¹³ <https://www.moec.gov.ae/en/trademark-inquiry>

Нарушение прав на товарные знаки в ОАЭ может привести не только к гражданской или административной ответственности, но и к уголовной: штраф в размере не менее 5 000 дирхамов (1 400 долл. США) и/или лишение свободы на срок от одного года до трех лет.

Нарушениями признаются следующие действия:

- подделка законно зарегистрированного товарного знака или его имитация, вводящая в заблуждение потребителей;
- недобросовестное использование подделанного или имитированного знака;
- недобросовестное размещение на своей продукции чужого зарегистрированного знака;
- реализация и хранение с целью продажи продукции с контрафактным, имитированным или незаконно нанесенным товарным знаком.

Доменные имена

Доменные имена **.ae** регистрируются в Управлении по телекоммуникациям и цифровым технологиям (Telecommunications and Digital Government Regulatory Authority, **TRDA**). В регионе закреплены два доменных имени верхнего уровня с названием страны (ccTLD): **.ae** и **السنعودية**. Владеть доменным именем в ОАЭ может как физическое, так и юридическое лицо.

Регистрация доменного имени обеспечивает право собственности владельца и может служить доказательством приоритета использования товарного знака или создания иных охраняемых объектов интеллектуальной собственности, например размещения материалов.

Доменное имя получает правовую охрану, если оно зарегистрировано как товарный знак. Большинство споров, касающихся прав собственности, передаются на рассмотрение в ВОИС. На национальном уровне вопросами регулирования занимаются отделы полиции по борьбе с киберпреступлениями и департаменты экономического развития эмиратов, а также Управление по телекоммуникациям и цифровым технологиям ОАЭ.



<https://www.xxxxx.ae>



Содержание



6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

6.2.

Отраслевые выставки и ярмарки

6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

Особенности продвижения маргарина лидерами рынка



Компании United Foods принадлежит бренд масложировой продукции Mumtaz. На рынке ОАЭ под этим брендом продаются растительные масла, маргарин, масло гхи, сыр панир (распространен в южноазиатской кухне). Маргарин Mumtaz Table Margarine представлен в разной фасовке для оптовой и розничной продажи: 10, 200 и 500 г; 2, 2,5, 5, 10 и 25 кг.

Особенности позиционирования

Продукция ориентирована на семьи с детьми и работающих людей разных возрастов, а также производственные предприятия и точки общественного питания. Компания поддерживает баланс между доступностью продукции для всех потребителей и сохранением высокого качества, что позволяет Mumtaz удерживать лидирующие позиции на рынке. Позиционирование бренда опирается на доступность продукции для широкого круга потребителей, безопасность используемых ингредиентов, полезных и вкусовых качествах продуктов, местном происхождении бренда.

Ценовая политика

Продукция Mumtaz реализуется в низком ценовом сегменте, основные конкуренты на рынке ОАЭ — бренды Nawar и Havat.

Примеры проведения маркетинговых кампаний

Компания United Foods ведет активную маркетинговую деятельность: размещает рекламу в социальных сетях, продвигает собственное онлайн-приложение для доставки продуктов, использует коллаборации с шеф-поварами и социальный маркетинг со схожей ценовой политикой.

Реклама в социальных сетях

На своей странице в социальных сетях компания размещает информацию о рецептах с маргарином Mumtaz в различных национальных блюдах с акцентом на более полезную замену сливочного масла.



Источник: открытые данные социальных сетей

В профилях регулярно публикуются поздравления с государственными, международными и религиозными праздниками.



Источник: открытые данные социальных сетей

Продвижение онлайн-приложения

Кампания WinWithUFC была организована в 2021 г. в целях увеличения количества пользователей и продвижения онлайн-приложения UFC Home Shop для заказа продуктов питания с доставкой на дом. Было запущено несколько розыгрышей ваучеров по 28 долл. США на покупки в приложении за публикацию фотографий семьи за ужином или регистрацию в UFC Home Shop.

Традиционная реклама

Каждый месяц Рамадан с 2016 г. компания принимает участие в социальной инициативе правительства Дубая и предоставляет свою продукцию для 2 000 продуктовых наборов нуждающимся по всей стране. Эта благотворительная деятельность помогает привлечь новых потребителей и завоевать лояльность к бренду среди представителей разных слоев населения.

Сотрудничество с шеф-поварами

В сотрудничестве с местными шеф-поварами компания разработала линейку United Foods Solutions, куда помимо другой масложировой продукции входит маргарин Mumtaz. Для этого United Foods изучила требования и стандарты шеф-поваров и разработала специальные рецептуры для сектора общественного питания.



Goodman Fielder

Компания основана в 1909 г. в Австралии, с 2019 г. входит в состав Wilmar International. Goodman Fielder работает более чем в 30 странах мира с фокусом на Азиатско-Тихоокеанский регион и другие азиатские рынки, а также на Ближний Восток.

Goodman Fielder занимает лидирующие позиции в большинстве категорий базовых продуктов питания. Это положение поддерживается широкой и эффективной дистрибьюторской сетью, которая позволяет ежедневно поставлять продукцию более чем в 30 тыс. торговых точек, включая супермаркеты, несетевые магазины и заведения общественного питания.

Один из ведущих брендов спредов компании — Meadow Lea. На рынке ОАЭ маргарин Meadow Lea реализуется в упаковках разной фасовки — от 100 г до 5 кг.



Особенности позиционирования

Целевая аудитория компании — семьи с детьми и работающие люди разных возрастов, а также сектор общественного питания. При позиционировании делается акцент на полезных свойствах маргарина Meadow Lea: он содержит на 65% меньше насыщенных жиров, чем сливочное масло, имеет натуральные цвет и вкус, является источником омега-3 и витаминов А и D, сертифицирован по стандартам «Халяль». Таким образом, стратегия продвижения продукта основана на функциональных и полезных свойствах, сохранении стабильно высокого качества.

Ценовая политика

Продукция Meadow Lea реализуется в среднем ценовом сегменте. Для увеличения продаж используется система скидок. Долгое время компания придерживалась политики снижения цен на продукцию для привлечения потребителей, выбор которых основывается на стоимости продукта. Затем, в рамках стратегии повышения ценности бренда маргарина Meadow Lea, компания давала дополнительную рекламу и выводила на рынок новые продукты, постепенно повышая цену. Основные конкуренты Meadow Lea на рынке ОАЭ — бренды Flora и Lurpak.

Примеры проведения маркетинговых кампаний

Для продвижения продукции компания Meadow Lea чаще всего использует социальные сети.

Реклама в социальных сетях

На странице Meadow Lea регулярно появляются поздравления с национальными праздниками, рекламные публикации. Дополнительно публикуются рекламные видеоролики, представляющие спред как идеальный ингредиент для закусок на пикнике.

Компания представила на YouTube рекламный слоган: «Спред Meadow Lea приносит счастье в ваш ланчбокс».

🔗 [Распространяйте счастье вместе с MeadowLea!](https://www.youtube.com/watch?v=IArQ3fzsmNU)



Источник: <https://www.youtube.com/watch?v=IArQ3fzsmNU>



Bertolli

Bertolli — бренд итальянских продуктов питания, с 2021 г. он принадлежит голландской компании Upfield Holdings. Бренд Bertolli был создан в 1865 г. и во всем мире ассоциируется с красотой итальянского образа жизни и вкусной едой.

В 1999 г. продукция Bertolli экспортировалась уже в 40 стран, включая регион Ближнего Востока, и бренд получил международное признание. Доля товаров бренда на рынке ОАЭ невелика, при этом Bertolli выгодно отличается от конкурентов своим культурным наследием и традиционными рецептами. На рынке ОАЭ продукция (в том числе маргарин Bertolli Original) реализуется через каналы розничной торговли.

Особенности позиционирования

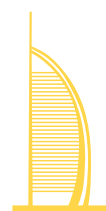
Целевая аудитория бренда — состоятельные семьи с детьми, а также работающие люди разных возрастов, иностранные специалисты из Европы. Bertolli позиционирует себя как надежный бренд с богатой историей. Традиционно компания использует только качественные ингредиенты для лучшего вкуса блюд, приготовленных по итальянским рецептам. Позиционирование строится на премиальности, европейском происхождении продукции, положительной репутации бренда, высоком качестве маргарина.

Ценовая политика

Продукция Bertolli продается в высоком ценовом сегменте и конкурирует с товарами таких брендов, как Elle&Vire и President. Высокая стоимость продукции обусловлена премиальным имиджем бренда и высоким качеством.

Примеры проведения маркетинговых кампаний

В ходе становления бренда Bertolli для создания имиджа премиум-класса компания активно инвестировала в рекламу. Сегодня компания также ведет динамичную маркетинговую деятельность; основные каналы продвижения — социальные сети и онлайн-платформы.



Электронные каналы продвижения

На сайте Bertolli размещены рецепты традиционных итальянских блюд с использованием продукции бренда. Подчеркивая приверженность итальянским традициям, компания опубликовала видео, в которых продемонстрировано правильное произношение названий блюд.

[Un Po' Di Storia Bruschetta](https://www.bertolli.nl/fr_be/un-po-di-storia-bruschetta)



Источник: https://www.bertolli.nl/fr_be/un-po-di-storia-bruschetta

Реклама в социальных сетях

В социальных сетях компания регулярно публикует посты, рекламирующие продукцию как идеальный ингредиент любого блюда, а также посты к праздникам, позиционируя продукт как незаменимый для любых блюд.



Источник: открытые данные социальных сетей

Опыт компаний-конкурентов по выводу маргарина на рынок ОАЭ

Кейс № 1



**Upfield: выход на рынок
с флагманским продуктом Flora**

Голландская пищевая компания Upfield Holdings владеет несколькими брендами маргарина, пищевых спредов и продуктов растительного происхождения. На рынке ОАЭ компания впервые появилась в 2019 г. с флагманским продуктом Flora и заняла устойчивую лидирующую позицию благодаря акценту на продвижении продукции растительного происхождения в условиях растущего спроса на органическое питание. В рамках запуска Flora на рынок ОАЭ Upfield тесно сотрудничала с предприятиями гостиничного бизнеса, чтобы помочь им удовлетворить потребности растущего числа посетителей, предпочитающих продукты на растительной основе.

Целевая аудитория компании — состоятельные семьи с детьми, а также работающие люди разных возрастов, делающие выбор в пользу качественных и полезных продуктов питания.

Компания делает акцент на высоком качестве для обоснования соответствующей цены на продукцию, изготовленную из натуральных ингредиентов 100% растительного происхождения и не содержащую молочных продуктов и пальмового масла. Продукция под брендом Flora позиционируется как альтернатива сливочному маслу по вкусовым параметрам, а именно как масло на растительной основе (Plant Butter), подходящее для веганской и безглютеновой диеты.

Основная миссия компании — «стимулирование и поддержание позитивных изменений». Upfield подчеркивает, что действует в рамках общемирового тренда на популяризацию вегетарианских и веганских диет, перехода на растительную пищу как для поддержания здоровья, так и по этическим соображениям. В октябре 2023 г. компания представила линейку продукции Flora в обновленном дизайне и с акцентом на ее растительное происхождение¹⁴. Позиционирование бренда опирается на полезные и функциональные свойства продукции, растительное происхождение, безопасность и натуральность используемых ингредиентов, стабильно высокое качество.

Upfield предлагает свою продукцию в среднем ценовом сегменте. Маргарин Flora конкурирует с продукцией брендов Lurpak и Meadow Lea.

¹⁴ [Flora reveals unified new look as part of its plant-based mission.](#)



Продуктовая линейка

На рынке ОАЭ представлены линейки маргарина Flora Original, Flora Buttery и Flora Plant в пластиковой упаковке по 250 и 500 г.

Инструменты и каналы продвижения

На фоне популяризации здорового образа жизни и перехода потребителей с животных на растительные жиры компания ведет активную маркетинговую деятельность. Основные способы продвижения продукции — прямой маркетинг, спонсорство и участие в выставках.

Примеры проведения маркетинговых кампаний

Слепые дегустации

Компания проводила слепые дегустации своей продукции, и потребители в большинстве случаев отдавали предпочтение маргарину Flora, а не сливочному маслу. В рамках акции компания также просила участников протестировать маргарин вместе со сливочным маслом на своих кухнях (потребители не знали, какой из продуктов маргарин, а какой — сливочное масло), и Flora превзошла обычное масло в приготовлении пищи, а также в выпечке.

[!\[\]\(3cb60d42b10e53f9522bb0b392c1c4cd_img.jpg\) How Flora Plant is Pioneering Plant-Based Spreads](#)

Спонсорство

В рамках инициативы по поддержке перехода на растительную диету в ОАЭ Upfield спонсировала кулинарный конкурс, в ходе которого была представлена первая веганская категория продукции на выставке Expo Culinaire в апреле 2021 г.

[!\[\]\(c444627dab9fee9a1550c053ffaaaae2_img.jpg\) Upfield Announces Etihad Airways Chef as Winner of the First Vegan Dessert Category in this Year's Emirates Salon Culinaire](#)

Реклама в социальных сетях

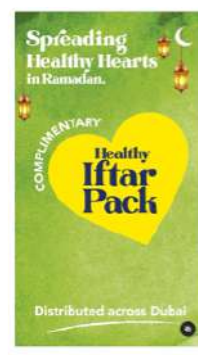


Источник: открытые данные социальных сетей

Компания Upfield в сотрудничестве с маркетинговым агентством АМС Advertising запустила маркетинговую кампанию *Spreading Healthy Hearts this Ramadan*, проходившую на протяжении священного месяца Рамадан. Кампания была направлена на позиционирование маргарина как продукта, позволяющего сохранить здоровое сердце благодаря высокому содержанию омега-3 и 6, а также витаминов А, D и Е.

В продвижении принимали участие лидеры общественного мнения, которые размещали в своих социальных сетях соответствующие ролики. В рамках кампании покупатель должен был приобрести две упаковки маргарина, отсканировать QR-код и получить право на бесплатное посещение одного из популярных фитнес-центров.

Кроме того, представители бренда в разных городах эмирата Дубай распространяли специальные продуктовые наборы для проведения «здорового ифтара».



Источник: открытые данные социальных сетей

Кейс № 2



Arla Foods National Products:
ВЫХОД НА РЫНОК С ПРОДУКТОМ
Lurpak

Lurpak — ведущий бренд сливочного масла и спредов, принадлежит датской компании Arla Foods National Products. С 1901 г. компания бескомпромиссно подходит к производству продукции, используя ингредиенты только высочайшего качества. Продукция экспортируется более чем в 75 стран мира.

Путь компании на Ближнем Востоке начался в 1950-х гг. с экспорта продукции бренда Lurpak, за которым последовали создание местного представительства и организация регионального производства (в Саудовской Аравии), сбыт и партнерские отношения с местными розничными и оптовыми сетями, а также создание в 2008 г. регионального ближневосточного офиса в Дубае.

В 2001 г. бренд Lurpak (Spreadable) появился на полках розничных сетей в ОАЭ. Также были организованы специализированные рекламные мероприятия, направленные на презентацию и продвижение продукции среди представителей гостиничного бизнеса.

Целевая аудитория компании — обеспеченные семьи с детьми, а также работающие люди разных возрастов. Под брендом Lurpak выпускаются различные виды маргарина: обычный, соленый, с добавлением оливкового масла и др. Это позволяет потребителям выбирать продукт, отвечающий их вкусовым предпочтениям и потребностям. Благодаря фирменной блестящей упаковке продукцию компании узнают покупатели во всем мире.

Компания занимает активную позицию по вопросу защиты окружающей среды: сокращает выбросы CO₂ на фермах, минимизирует объемы пищевых отходов, выпускает товары в экологичной упаковке. Эти ценности делают ее еще более привлекательной для покупателей, ценящих качество и безопасность продукции, а также заботу об окружающей среде. Таким образом, в основе позиционирования бренда лежит удобство, вкусовые качества, широкий ассортимент продукции, забота об окружающей среде.

С учетом высокого качества продукции и безупречной репутации компания реализует свои товары в среднем ценовом сегменте. Такие факторы, как качество, удобство и удовлетворенность клиентов являются базисом для формирования высокой ценности бренда Lurpak для потребителей.

Продуктовая линейка

На рынке ОАЭ представлены следующие марки спредов: Spreadable Slightly Salted, Spreadable Unsalted, Lighter Slightly Salted Spreadable, Softest, Olive Oil Spreadable.

Инструменты и каналы продвижения

На рынке ОАЭ продукция реализуется через каналы розничной торговли и сектор HoReCa. В социальных сетях ведется активная работа по формированию у подписчиков образа продукции как неотъемлемой части любого рациона.

Примеры проведения маркетинговых кампаний

Социальные сети

В социальных сетях продукция компании позиционируется как оптимальный ингредиент для любого рецепта.



Источник: открытые данные социальных сетей

К праздникам также размещаются посты с рецептами праздничных блюд, в приготовлении которых используется продукция Lurpak.



Источник: открытые данные социальных сетей

Электронные каналы продвижения

На сайте компании для Ближнего Востока размещены полезные статьи, рассказывающие про здоровое питание, состав и особенности продукции, стратегию и миссию организации.

 [Arla MEA](#)

Ключевые факторы успешного продвижения маргарина на рынке ОАЭ

Фокус на предприятия пищевой промышленности

Ключевой канал реализации маргарина в ОАЭ — предприятия пищевой промышленности. Импортёры уделяют большое внимание сроку годности продукта, который должен составлять не менее года (360 суток). Например, для местных производителей кондитерской продукции важны большой диапазон температур хранения (минимум от -20 до $+20$ °C) и вкусовые качества (несмотря на растительное происхождение, маргарин должен иметь вкус сливочного масла).

Акцент на полезных свойствах маргарина

В последние годы в ОАЭ набирает обороты тренд на правильное питание. Покупатели чаще обращают внимание на органическую продукцию на растительной основе с пониженным содержанием сахара и нулевым содержанием вредных жиров и консервантов. Во многих точках розничной торговли для такой продукции отводятся специальные отделы, где представлены фермерские продукты, товары со знаками есо и organic.

Большой популярностью в среднесрочной перспективе будет пользоваться продукция с низким содержанием соли и холестерина, а также fat-free (обезжиренная). Государство поддерживает этот тренд, активно продвигая снижение использования трансжиров в рамках кампании по борьбе с сердечно-сосудистыми заболеваниями.

В этих условиях акцент на полезных свойствах маргарина, органическом происхождении и высоком содержании витамина Е поможет привлечь и удержать целевую аудиторию.

Рост популярности маргарина в секторе HoReCa

После отмены ограничений, введенных в период пандемии COVID-19, потребители возобновили посещение ресторанов и кондитерских. Возросший уровень внимания к здоровью повлиял на смену потребительских предпочтений, особенно среди миллениалов и представителей поколения Z, которые ищут новые вкусовые сочетания и готовы пробовать новые полезные для здоровья блюда. Следуя этим тенденциям, рестораны и пекарни-гурме предлагают посетителям блюда, приготовленные из натуральных ингредиентов на растительной основе, формируя спрос на спреды и маргарин, которые не содержат трансжиры и производятся без использования животных жиров.

Демонстрация примеров использования продукта

Снятие антиковидных ограничений и возврат к офисной работе и очному формату обучения также повлияли на изменение распорядка дня и длительность приема пищи. Потребители стали сокращать время завтрака и перекусов, что повысило актуальность упакованных ланчей, для изготовления которых хорошо подходят спреды и маргарин. Для поддержания этой тенденции при позиционировании продукции важно предлагать рецепты блюд быстрого приготовления, в составе которых будет использоваться маргарин.

На профильных выставках целесообразно продвигать продукцию для участия в кулинарных соревнованиях, где шеф-повара продемонстрируют посетителям способы приготовления различных блюд с использованием маргарина и предложат их продегустировать.

Акцент на сохранении товарного вида

Сливочное масло и маргарин требуют высокой степени охлаждения для сохранения своей формы. Компании – лидеры рынка разрабатывают прочные упаковки, позволяющие предотвратить повреждение продукции и сохранить ее товарный вид, поскольку потребители считают помятые и неровные упаковки признаком плохого качества товара.



6.2. Отраслевые выставки и ярмарки

Gulfood

Крупнейшая в регионе выставка пищевой промышленности и напитков

Gulfood

📍 **Место проведения:** Дубай, Dubai World Trade Center (DWTC)

📅 **Даты проведения:** 17–21.02.2025

🌐 **Количество стран-участниц:** более 190

🌐 **Основные страны-участницы:** ОАЭ, Россия, КСА, Оман, Турция, Египет, Китай, Индия, Ирак, Иран

🏪 **Количество экспонентов:** более 5 200

👤 **Количество посетителей:** 100 000

📐 **Площадь экспозиции:** 92 900 м²

🏭 **Отрасли:** многоотраслевая

👥 **Участники:** производители, переработчики, трейдеры, оптовые и розничные компании, предприятия сектора HoReCa, производители оборудования, государственные органы, общественные организации



Источник: <https://www.gulfood.com/whyvisit>

Expo Culinaire

Международная торговая выставка и образовательное мероприятие, проводимое совместно с Кулинарной школой ОАЭ. Выставка охватывает продукты питания, напитки, ингредиенты, оборудование, услуги и сферу образования

EXPO Culinaire
CHEFS | PASTRY CHEFS | BAKERS | COOKS
FEATURING THE 22ND EMIRATES INTERNATIONAL SALON CULINAIRE

📍 **Место проведения:** Шарджа, Expo Centre Sharjah

📅 **Даты проведения:** 20-22.05.2024

🌐 **Основные страны-участницы:** ОАЭ, КСА, Турция, Китай, США, Франция, Нидерланды, Австрия

🏪 **Количество экспонентов:** 200

👤 **Количество посетителей:** 5 000

🏭 **Отрасли:** многоотраслевая

👤 **Участники:** производители, трейдеры, оптовые и розничные компании, производители оборудования, шеф-повара, кулинары, пекари, студенты пищевой промышленности, кулинарного и кондитерского дела и сектора HoReCa, предприятия гостиничного сектора



Источник: <http://surl.li/twdqg>, <https://www.expoculinaire.com/about>, <http://surl.li/twdrd>

Abu Dhabi International Food Exhibition (ADIFE)

Международная ежегодная продовольственная выставка. Проводится правительством Абу-Даби при поддержке Управления по сельскому хозяйству и безопасности пищевых продуктов Абу-Даби (ADAFSA)



📍 **Место проведения:** Абу-Даби, Abu Dhabi National Exhibition Centre (ADNEC)

📅 **Даты проведения:** 26–28.11.2024

👤 **Количество стран-участниц:** более 50

🌐 **Основные страны-участницы:** ОАЭ, Россия, КСА, Оман, Кувейт, Индия, Китай, Марокко, Италия, Польша

🏢 **Количество экспонентов:** более 1 300

👥 **Количество посетителей:** более 18 000

🏭 **Отрасли:** многоотраслевая

🏢 **Участники:** производители, переработчики, трейдеры, оптовые и розничные компании, предприятия сектора HoReCa, производители оборудования, государственные органы, общественные организации



Источник: <https://www.adife.com/>

GulfHost

Международная выставка гостиничной индустрии и общественного питания. Объединяет представителей сектора HoReCa, а также поставщиков оборудования

gulfhost
05-07 NOV 2024
DUBAI WORLD TRADE CENTRE

- 📍 **Место проведения:** Дубай, Dubai World Trade Center (DWTC)
- 📅 **Даты проведения:** 05–07.11.2024
- 👤 **Количество стран-участниц (2022 г.):** более 150
- 🌐 **Основные страны-участницы (2022 г.):** ОАЭ, Россия, КСА, Пакистан, Турция, Китай, Индия, Сингапур
- 👤 **Количество экспонентов (2022 г.):** более 250
- 👤 **Количество посетителей (2022 г.):** более 25 000
- 🏢 **Отрасли:** HoReCa
- 🏢 **Участники:** предприятия сектора HoReCa, производители оборудования и расходных материалов, общественные организации



Источник: <https://www.gulfhost.ae/why-visit>

ISM Middle East



Крупнейшая в регионе международная выставка кондитерских изделий

📍 **Место проведения:** Дубай, Dubai World Trade Center (DWTC)

📅 **Даты проведения:** 24–26.09.2024

🌐 **Количество стран-участниц (2022 г.):** 42

🌐 **Основные страны-участницы (2022 г.):** ОАЭ, Россия, КСА, Сингапур, Италия, Индия, Польша

🏢 **Количество экспонентов (2022 г.):** 332

👤 **Количество посетителей (2022 г.):** 11 500

🏭 **Отрасли:** кондитерская, молочная

👥 **Участники:** производители, переработчики, трейдеры, оптовые и розничные компании, предприятия сектора HoReCa, производители оборудования, общественные организации



Источник: <https://www.ism-me.com/why-visit>

Private Label & Licensing Middle East



Международная выставка продуктов питания, производимых и реализуемых ретейлерами под собственными торговыми марками, а также лицензирования и контрактного производства

📍 **Место проведения:** Дубай, Dubai World Trade Center (DWTC)

📅 **Даты проведения:** 24-26.09.2024

🌐 **Количество стран-участниц (2022 г.):** 60

🌐 **Основные страны-участницы (2022 г.):** ОАЭ, Россия, КСА, Иран, Китай

👤 **Количество экспонентов (2022 г.):** 120

👤 **Количество посетителей (2022 г.):** 7 420

🏭 **Отрасли:** многоотраслевая

🏭 **Участники:** производители, трейдеры, оптовые и розничные компании, предприятия сектора HoReCa, аналитические агентства



Источник: <http://surl.li/twdxq>

Особые экономические зоны



Особые экономические зоны ОАЭ

Рис. 26. Особые экономические зоны ОАЭ



Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, а также прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агрозкспорт» и НИУ ВШЭ ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.

В ОАЭ более 45 СЭЗ, из них свыше 28 расположены в эмирате Дубай, главном экономическом центре региона. Это преимущественно портовые (морские, авиа) и континентальные СЭЗ, функционирующие в качестве экспортных хабов.

Деятельность иностранных компаний в СЭЗ регулируется федеральным и местным законодательством, а также собственными правилами СЭЗ. Виды деятельности зон регламентируются положениями Закона «О прямых иностранных инвестициях»¹⁵. При этом каждая свободная зона предъявляет свои требования к уставному капиталу, числу директоров, аудиту, отчетности и прочим особенностям работы компаний. Кроме того, в процессе регистрации компании необходимо приобрести соответствующую лицензию. Регистрация бизнеса и получение лицензии занимают от 5 до 42 дней в зависимости от СЭЗ.

Иностранная компания может вести свою деятельность в ОАЭ только на территории СЭЗ, в которой зарегистрирована, для работы на остальной территории эмирата требуется посредничество местного дистрибьютора. Компания может сотрудничать с предприятиями из других СЭЗ, например оказывать маркетинговые, консалтинговые и другие услуги, но физически выходить за пределы своей зоны (в частности, арендовать офис) не имеет права.

Регистрация компании в СЭЗ целесообразна в следующих случаях:

- организация импорта и хранение товаров на складе в СЭЗ, а также их реэкспорт в другие страны;
- создание производства, экспорт готовой продукции из ОАЭ или организация продаж в стране за пределами свободных зон через местного дистрибьютора;
- открытие представительства со 100%-ным участием иностранного капитала.

Преференции

В СЭЗ иностранным компаниям предоставляются следующие преференции:

- возможность 100%-ной иностранной собственности предприятия (нет необходимости в привлечении местных партнеров);
- освобождение от налогов при импорте и экспорте;
- отсутствие валютного контроля;
- освобождение от налога на прибыль в течение 15 лет с возможностью продления льготного периода на такой же срок;

¹⁵ [Foreign direct investment in the UAE](#)

- освобождение от подоходного налога;
- оформление для персонала виз, действующих в течение трех лет;
- регистрация компаний (включая оффшорные) в короткие сроки;
- широкий выбор готовых офисов и складских помещений в аренду;
- современная инфраструктура.

Российским экспортерам продукции АПК могут быть интересны следующие СЭЗ.

Dubai CommerCity Free Zone

Первая и ведущая СЭЗ в ОАЭ, предназначенная для поддержки сектора электронной торговли на Ближнем Востоке и в Северной Африке. Состоит из трех кластеров: делового, логистического и социального. Оказывает складские и логистические услуги, располагает развитой логистической инфраструктурой с удобным доступом к международному аэропорту Дубая, местным и международным автомагистралям и морским портам, что позволяет быстро и эффективно доставлять грузы, а также минимизировать расходы в цепочке поставок.

Dubai Multi Commodities Center (DMCC)

Находится в непосредственной близости от двух аэропортов, морского порта Джебель-Али и площадки Expo 2020 Dubai. Создана как центр торговли в рамках реализуемой правительством стратегии превращения Дубая в мировой центр торговли сельскохозяйственной продукцией. Оказывает услуги по хранению, обработке и упаковке различных видов агропродукции. На территории СЭЗ имеются специализированные хранилища с температурным контролем.

Jebel Ali Free Zone (JAFZA)

Расположена в эмирате Дубай. JAFZA — одна из самых больших торговых зон мира и крупнейший логистический центр, который обеспечивает доступ к ключевым рынкам Ближнего Востока и Северной Африки. В непосредственной близости от СЭЗ находятся международные аэропорты Дубай и Аль-Мактум, а также крупнейший в мире порт Джебель-Али. Логистический коридор «море — суша — воздух» в рамках единой таможенной бондовой зоны обеспечивает максимальную скорость поставок без таможенных проверок. Основные отрасли, представленные в JAFZA: нефтегазовая и автомобильная промышленность, продовольствие и сельское хозяйство. Данная СЭЗ подойдет для тех, кто планирует заниматься логистикой и электронной торговлей.

Dubai Maritime City

Многоцелевая морская зона на перешейке, соединяющем комплекс сухих доков и Порт Рашид. Расположение зоны делает ее удобной для транспортных и логистических компаний. Здесь работают офисы крупнейших морских перевозчиков, а также экспортеров и импортеров продукции.

Hamriyah Free Zone

Вторая по размеру промышленная зона ОАЭ в городе Шарджа. Это единственный эмират, имеющий порты на западном и восточном побережьях Персидского залива с прямым выходом к Индийскому океану. На территории зоны работает множество промышленных и логистических компаний. Производители продуктов питания сосредоточены в отдельном секторе Food Park с развитым производством упаковки.

Khalifa Industrial Zone Abu Dhabi (KIZAD)

Находится недалеко от порта Халифа, между Абу-Даби и Дубаем, имеет транспортное сообщение с тремя аэропортами: Абу-Даби (35 км), Аль-Мактум (52 км) и международным аэропортом Дубая (85 км). Расположение СЭЗ, а также интермодальная инфраструктура, связывающая морские, воздушные, автомобильные и железнодорожные пути, обеспечивают зарегистрированным компаниям удобный доступ к рынкам в разных регионах мира. Логистический центр СЭЗ состоит из хорошо оснащенных модульных складских помещений, оборудованных с учетом возможности заморозки до -25 °С. Около 15% установок оснащены усиленным энергоснабжением. KIZAD обслуживает широкий спектр отраслей, в том числе пищевую.

Ajman Free Zone

Располагается вблизи Шарджи и Дубая, обеспечивает легкий доступ к двум международным аэропортам и четырем морским портам. Порт Аджман, обслуживающий более тысячи судов в год, является важным морским центром. СЭЗ предоставляет хорошие условия компаниям пищевой и сельскохозяйственной отраслей.

Umm Al Quwain Free Trade Zone

Находится недалеко от основных морских портов ОАЭ, а также в часе езды от международных аэропортов Дубая и Шарджи. На территории СЭЗ располагаются специализированные складские помещения для продукции пищевой промышленности. Характеризуется относительно низкой стоимостью жизни, рабочей силы и лицензий.

Fujairah Free Zone

Находится рядом с океанским портом и недалеко от международного аэропорта Фуджейры. Предоставляет складские помещения, в том числе полностью изолированные, стандартная площадь которых составляет 500 м². Специализируется на промышленности, торговле, логистике.

Ras Al Khaimah Economic Zone (RAKEZ)

Располагается вблизи Дубая. Оптимальна для доступа к рынкам Ближнего Востока, Африки и Южной Азии. В СЭЗ созданы условия для бизнеса в области импорта сырья, производства, переработки, упаковки и экспорта продуктов питания.

Dubai Airport Freezone

Престижная и стратегическая СЭЗ, расположенная недалеко от международного аэропорта Дубая. Обслуживает широкий спектр отраслей промышленности и предлагает компаниям инновационные складские технологии. Средний размер склада составляет 312 м².

Dubai Logistics City

Крупнейший логистический центр на Ближнем Востоке, часть проекта [Dubai World Central](#). СЭЗ предлагает зарегистрированным компаниям развитую инфраструктуру: современные складские помещения, бизнес-центры, центры торговли и дистрибуции. Dubai Logistics City располагает несколькими морскими и 16 авиатерминалами и может обслуживать более 12 млн тонн воздушных грузов в год.

Dubai Investment Park (DIP)

Находится в Джебель-Али, имеет удобный доступ к деловым районам Дубая. СЭЗ предлагает обширные складские помещения и логистические решения, которые могут быть спроектированы в соответствии с индивидуальными требованиями. Важные преимущества DIP: близость к порту Джебель-Али и международному аэропорту, легкий доступ к главной автомагистрали Дубая (Emirates Road). СЭЗ разделена на три зоны: жилую, коммерческую и промышленную.

Dubai Industrial City (DIC)

Также известна как Dubai Industrial Park. Расположена недалеко от международного аэропорта Аль-Мактум и порта Джебель-Али. Занимает площадь свыше 52 млн м². СЭЗ была создана в целях ускорения роста и расширения промышленного сектора в ОАЭ, особенно легкой и пищевой промышленности с акцентом на продукты питания и напитки.

Sharjah Airport International Free Zone (SAIF)

Одна из лучших логистических свободных зон для компаний, поставляющих продукцию на разные континенты. SAIF предоставляет складские и производственные площади, обеспечивает легкий доступ к морским портам и грузовым терминалам аэропортов.

Abu Dhabi Airport Free Zone (ADAFZ)

Располагает логистическим парком, бизнес-парками и бизнес-центрами. Занимает 10,6 км² в окрестностях международного аэропорта Абу-Даби. ADAFZ предоставляет комплексные складские и офисные решения для торговли и логистики, включая холодильное хранение продуктов питания и напитков. Склады в логистическом парке площадью 500 тыс. м² — это теплоизолированные блоки с дополнительными офисными помещениями.

Перспективы размещения российских компаний на территории особых экономических зон ОАЭ

Наиболее перспективным выглядит размещение компаний в Dubai Multi Commodities Center (DMCC), таргетированной под сельскохозяйственные компании, особенно специализирующиеся на производстве зерновых, чая и кофе. Зона подойдет российским производителям, поставляющим продукцию на Ближний Восток морским путем. В перспективе DMCC дает возможности реэкспорта в другие страны Персидского залива, Восточной Африки, Южной Азии.



Особенности ведения бизнеса

8



ОАЭ — арабская страна во многом с традиционным для государств Персидского залива социокультурным укладом. Вместе с тем у эмиратцев есть особенности, отличающие их от соседей по региону. Во-первых, ОАЭ — одно из самых космополитичных обществ среди стран Залива. Жители эмиратов, в первую очередь Дубая и Абу-Даби, регулярно взаимодействуют с иностранцами и поэтому отличаются терпимостью и пониманием в отношении культурных барьеров, возникающих при ведении бизнеса. Большинство эмиратцев хорошо говорят по-английски, образованы, осведомлены о мировых трендах.

Важная часть бизнес-культуры в ОАЭ — корпоративная социальная ответственность, законы страны обязывают отчитываться о мероприятиях в этом направлении. У каждой компании есть официально публикуемый бизнес-план, выполнение которого регулярно проверяется.

Тем не менее нужно понимать, что жителям ОАЭ свойственны многие черты, присущие арабскому миру в целом. Эмиратские партнеры вместо категоричного «нет» в качестве отрицательного ответа скажут «инша'Аллах» или «завтра инша'Аллах» (и будут ожидать столь же уклончивой формулировки от партнера — прямо отказывать не следует). Как и большинство арабов, жители ОАЭ радушны, гостеприимны и при любом удобном случае готовы продемонстрировать партнеру свой статус и богатство. Эмиратцы очень гордятся родной страной, ее историей и современными достижениями.

Планирование и проведение встречи

Встречи — ключевой элемент арабской деловой культуры. Они могут проходить в разных формах: официальные собрания с высокопоставленными лицами, непринужденные обеды или кофе-брейки, в редких случаях ужин в доме потенциального партнера.

Лучше планировать встречи не ранее, чем за две недели. Договоренность по электронной почте не считается официальной. За пару дней до назначенной даты рекомендуется подтвердить встречу. Следует учитывать, что выходные дни в ОАЭ — суббота и воскресенье, а пятница — сокращенный день. Мусульмане молятся пять раз в день: на рассвете (4:30–5:00 утра), около полудня, днем между 14:00 и 16:00, на закате и спустя час после заката (никогда позже 21:00). В молитвенное время все останавливается, поэтому планируйте свой график с учетом этого фактора.

Пунктуальность не является приоритетом для арабов, но иностранному партнеру рекомендуется не опаздывать. Переговоры обычно начинаются со светской беседы. Быть торопливым и назойливым считается грубым. Не стоит отказываться от чая или кофе, если их предлагают в начале встречи. Допустимо иногда отвлекаться, чтобы ответить на телефонный звонок, но ненадолго. Рекомендуется, чтобы с вашей стороны в переговорах участвовал переводчик. Это не только облегчит понимание, но и покажет серьезность ваших намерений.

Деловые встречи, как правило, идут дольше, чем изначально планировалось. Иногда случается, что не все пункты повестки успевают обсудить. Достаточно часто происходят отклонения от повестки. На встрече рекомендуется выбрать место рядом с человеком, с которым вы хотите поддерживать деловые отношения. Сидеть на встрече важно так, чтобы подошва обуви не была обращена в сторону другого человека: это считается оскорбительным.

В ресторане жители эмиратов почти всегда настаивают на том, чтобы счет был оплачен ими, особенно если встреча связана с бизнесом. Примите это радужное предложение, иначе они будут испытывать дискомфорт, так как публично вычислять и делить расходы на оплату счета среди эмиратцев считается постыдным. Однако рекомендуется некоторое время спустя совершить ответный жест.

Этикет приветствия

В ОАЭ традиционная форма приветствия между мужчинами — рукопожатие. Знакомые мужчины при приветствии могут похлопать друг друга по спине, соприкоснуться щеками и даже обменяться поцелуями. Первым следует приветствовать старшего по положению или возрасту. С женщиной рукопожатие уместно, только если она первой протянет руку.

Для рукопожатия, обмена визитными карточками и вручения подарков допустимо использовать только правую руку. Арабских коллег следует приветствовать словами «Ас-саляму-aleyкум» («Мир вам»). При обращении нужно добавлять перед фамилией собеседника уважительное «саид» (господин) или «саида» (госпожа).

Когда новые гости приходят на общественное мероприятие или высокопоставленный человек уходит, необходимо вставать. Мужчинам также необходимо вставать, если в комнату заходит женщина.

Стиль одежды

Большинство местных жителей носят традиционную одежду даже в деловых ситуациях: у мужчин это длинная белая рубаша (дишдаша), у женщин — абайя. Иностранцам, в том числе работающим в ОАЭ специалистам, не рекомендуется облачаться в местную традиционную одежду. Следует носить офисную одежду западного образца. На переговоры и официальные мероприятия мужчине нужно надеть рубашку с длинным рукавом, деловой костюм и галстук. В обычные дни для работы в офисе приемлемы рубашки с коротким рукавом и брюки из легкой ткани. Женщины обязательно должны прикрывать плечи, руки и колени, избегать глубоких декольте, ярких украшений и сильного парфюма. Оптимальный вариант костюма для женщин — длинные юбки и платья, брюки и рубашки свободного покроя.

Подарки

При первой встрече с потенциальным партнером уместно сделать символический подарок (например, качественный шоколад или национальные сладости, привезенные из своей страны). При заключении сделки уместен более статусный и дорогой подарок, например книга. На самом высоком уровне можно подарить ручку или запонки люксовых брендов. Принято также вручать подарки в преддверии больших религиозных праздников. Однако не следует дарить спиртные напитки, изделия из кожи, ножи и вещи с изображением собак.

Избегайте делать подарки представителям противоположного пола. Если необходимо преподнести подарок женщине, то оптимально, если это сделает другая женщина. В крайнем случае, если подарок все же вручает мужчина, нужно уточнить, что это подарок от супруги или родственницы.

Если вы делаете комплимент или выражаете свое восхищение какой-либо вещью в доме коллеги-араба, то соблюдайте осторожность в формулировках: из вежливости коллега-араб может почувствовать себя обязанным преподнести вам эту вещь в качестве подарка. В такой ситуации следует настаивать на том, что вы цените этот жест, но не можете принять столь щедрый подарок.

Визитные карточки

Обмен визитными карточками, как правило, происходит в начале встречи. Желательно, чтобы визитная карточка была у каждого сотрудника компании. На ней должны быть указаны название компании, имя и фамилия, должность, номер телефона, адрес электронной почты и веб-сайт. Текст должен быть на двух языках: арабском и английском. Карточки подают правой рукой. На визитках не должно быть нехалальных изображений.

Деловое общение

В ОАЭ в целом очень иерархичное общество. Соответственно и местная деловая культура крайне стратифицирована. Большинство компаний имеют строгую вертикальную иерархию. Старшие, более опытные сотрудники занимают руководящие должности. Они же являются ключевыми лицами в принятии решений, поэтому процесс этот довольно длительный.

Успех бизнеса в ОАЭ напрямую зависит от установления прочных, доверительных взаимоотношений. Для выхода на рынок важно потрудиться над выстраиванием деловых связей. Наладить контакты только с помощью звонков и электронных писем довольно сложно. Большую роль играет социальный нетворкинг. В ОАЭ проводится много мероприятий, организуемых, например, Торговой палатой Дубая, Советом деловых женщин Дубая и др.

Несмотря на довольно спокойный подход к бизнесу, эмиратцы мыслят стратегически. Прежде чем принять решение, они рассматривают и тщательно прорабатывают много разных вариантов. Арабы не доверяют людям, которые пытаются торопить или оказывать на них давление в сделке. Не следует требовать принять решение в строго ограниченный срок.

Стиль ведения переговоров у эмиратцев непрямой. Партнерам придется задавать ненавязчивые, окольные вопросы, чтобы понять логику мысли собеседника. Не стоит давать однозначные категоричные ответы «да» или «нет».

Государственные праздники

Табл. 19. Государственные праздники в ОАЭ в 2024 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
Ид аль-Фитр (окончание священного месяца Рамадан)	8–12 апреля
День Арафат, Ид аль-Адха (Праздник жертвоприношения)	15–18 июня
Мусульманский Новый год	7 июля
Мавлид ан-Наби (День рождения пророка Мухаммеда)	15 сентября
День мучеников	1 декабря
Национальный день ОАЭ	2–3 декабря



Преимущества и риски осуществления поставок

A large, bold, white number '9' is centered in the lower half of the image. The background features several rectangular blocks of yellow butter arranged in a row, with a blue and white checkered cloth draped behind them. The scene is set on a light-colored surface, possibly a table or countertop.

9.1. Преимущества

Перспективный быстрорастущий рынок

Экономика ОАЭ активно развивается благодаря нефтяным доходам, успешной внешней торговле (включая реэкспорт), туризму и деятельности зарубежных компаний. Численность населения страны увеличивается с каждым годом (в основном за счет притока мигрантов из развитых и развивающихся стран). Ускоренными темпами растет сектор HoReCa — важный потребитель маргарина, восстанавливающийся после пандемии COVID-19. В стране развиваются электронная коммерция и сфера доставки продуктов. Благодаря высокому уровню доходов жители ОАЭ формируют платежеспособный спрос на органическую и премиальную продукцию.

Распространение западных пищевых привычек

Развитие сетей кофеен и пекарен европейского образца, а также ресторанов быстрого питания стало стимулом роста популярности мучных изделий, привычных западному потребителю, — круассанов, эклеров, тортов, пирогов. Аналогичный тренд прослеживается и в розничных сетях: все более распространенными становятся замороженные и свежие торты и пирожные (в том числе кремовые), а также еда быстрого приготовления (бургеры, хот-доги, пицца). Вследствие этого особенно выросла востребованность полуфабрикатов, которая формирует повышенный спрос на маргарин как на ингредиент для их производства.

Развивающиеся экономические связи с Россией

Россия и ОАЭ поддерживают дружественные двусторонние отношения. У стран общее стремление к укреплению взаимовыгодного сотрудничества в различных областях. В ОАЭ сформировалась большая русскоязычная диаспора. К российскому экспорту маргарина ОАЭ применяют ставку режима наибольшего благоприятствования в размере 5%. Крупнейшие поставщики маргарина в страну — Малайзия, Индонезия и Испания — не имеют торговых преференций.

Международный торговый хаб

Благодаря наличию особых экономических зон с льготным режимом регулирования и складской инфраструктурой территория ОАЭ может использоваться как база для экспорта сразу в несколько стран. Непосредственными соседями страны являются аравийские монархии (Саудовская Аравия и Оман) и Иран, значительная часть торговли которого идет через ОАЭ. Относительно близко расположены страны Восточной Африки. ОАЭ находятся на торговых путях между Европой и Китаем, Индией и Юго-Восточной Азией.

9.2. Риски

Требования к продукции и импортерам

ОАЭ предъявляют строгие технические и санитарные требования к импортной продукции и предприятиям-импортерам. Кроме того, между эмиратами существуют различия в законодательстве и правилах выхода на рынок, что может создавать сложности для новых экспортеров. Наиболее частой проблемой при импорте продукции АПК в ОАЭ является несоответствие требованиям маркировки: отсутствие маркировки или важной информации на арабском языке.

Государственная политика по регулированию рынков товаров-потребителей маргарина

Проблемная ситуация с сердечно-сосудистыми заболеваниями и ожирением среди жителей ОАЭ потребовала от правительства проработки введения ряда ограничений на продовольственном рынке страны в среднесрочной перспективе. Так, в ОАЭ к 2030 году будет запрещено использование трансжиров в промышленной переработке, а также будет ограничена реклама «нездоровой» продукции для детей, что может повлиять на рынки готовой мясной продукции, мучных кондитерских изделий и, как следствие, снизить спрос на маргарин.

Зависимость от эффективности работы дистрибьютора или агента

Успех на рынке ОАЭ может зависеть от эффективности работы дистрибьюторов. Несмотря на то, что с 2021 г. в законодательство были внесены изменения, а также отменено требование об обязательном привлечении в акционерный капитал партнера – гражданина ОАЭ и ведении бизнеса через местного агента, дистрибьютор необходим для работы на местном рынке из особых экономических зон страны. При этом расторжение контракта с агентом сопряжено с большими финансовыми и деловыми издержками.



Карта действий экспортера

A close-up photograph of a rectangular block of butter, cut into four equal portions, resting on a light-colored wooden cutting board. A butter knife is positioned horizontally behind the butter block. The background is softly blurred, showing a dark wooden surface and a white cloth with a blue patterned edge.

10

Рынок ОАЭ обладает значительным потенциалом для развития экспорта маргарина. Помимо роста внутреннего рынка следует учитывать, что страна входит в ССАГПЗ, благодаря чему открывается доступ на рынки всех государств — членов Совета. Вместе с тем рынок масложировой продукции ОАЭ имеет свои особенности, в том числе связанные со сложными процедурами контроля и надзора, достаточно высокой конкуренцией, традициями потребления данной продукции. С учетом этих факторов осуществление поставок требует как тщательной подготовки, так и хорошо отлаженных схем действий во время реализации сделки.

Этап I Подготовка к экспорту

1) Оценка рынка маргарина в ОАЭ (подготовка стратегии выхода на рынок).

- а)** Оцените перспективность рынка (объем, структуру, динамику) и выберите его целевой сегмент. В ОАЭ рынок маргарина имеет ряд важных для экспортера особенностей:
- преимущества: развитие двухсторонних отношений с Россией, роль ОАЭ как международного торгового хаба, развитие сектора HoReCa и электронной торговли;
 - недостатки: снижение потребления и рост внутреннего производства маргарина, запрет использования трансжиров, высокие требования к качеству продукции, существенное число процедур контроля, необходимость работы через местного дистрибьютора (торгового агента) в ряде случаев, однако, с 2023 г. для иностранной компании со статусом международной возможна регистрация в качестве торгового агента в ОАЭ¹⁶ (подробнее см. разделы [2.1](#), [9](#)).
- б)** Оцените возможный уровень доходности поставок и уровень цен в сравнении с ключевыми конкурентами: подготовьте калькуляции цен и издержек с учетом имеющейся информации об основных категориях будущих расходов — транспорт (перевозка), хранение, импортные пошлины (экспортные пошлины не взимаются), налоги (подробнее см. разделы [2.1](#), [2.3](#), [4.2](#)). Дополнительно рекомендуется учитывать:
- стоимость инвестиций в подготовку предприятия к прохождению аудитов для подтверждения соответствия производственных процессов и продукции требованиям страны, включая ветеринарно-санитарные требования и сертификацию «Халяль»;

¹⁶ <http://surl.li/tvpng>

- расходы на сертификацию, получение подтверждающих и разрешительных документов, прохождение контрольных и таможенных процедур; страхование; комиссии посредников; стоимость валютно-финансовых операций;
- издержки по преодолению основных барьеров ввоза в страну, таких как дорогостоящие и времязатратные таможенные процедуры, многочисленные требования к ввозимой пищевой продукции, в том числе к маркировке, сертификации (подробнее см. раздел [4.2](#));
- возможности снижения издержек за счет получения государственной поддержки в России, а также работы через ОЭЗ (подробнее см. разделы [7](#), [12](#)).

2) Оценка готовности компании к экспорту.

Этапы 2а – 2в являются обязательными для компаний, ранее не осуществлявших экспорт. Для действующих экспортеров носят рекомендательный характер.

- а)** Оцените способность компании осуществлять экспортную деятельность по следующим критериям:
 - знания и опыт работы, в том числе в ОАЭ; необходимые профессиональные компетенции;
 - потребности в дополнительных финансовых ресурсах;
 - потребности в дополнительных кадровых ресурсах (продажи на экспорт, таможенные процедуры, международный маркетинг и др.).
 - б)** Оцените возможности делегирования части действий или компетенций профессиональным посредникам (агентам) или профильным компаниям (в том числе таможенным брокерам, перевозчикам).
 - в)** Осуществите поиск страховщиков и банков для обеспечения страхования рисков и взаимных расчетов.
-
- г)** Осуществите поиск в ОАЭ торгового агента — посредника, который на основе опыта работы на местном рынке и знаний национального законодательства страны будет помогать при подготовке предприятия и продукта к выходу на рынок, а также обеспечивать ввоз продукции; в ОАЭ предусмотрены широкие эксклюзивные права для местных дистрибьюторов (подробнее см. разделы [2.1](#), [5.3](#), [9.2](#))¹⁷.
-

¹⁷ Данный шаг не является обязательным и приведен в качестве рекомендации.

- д) Оцените возможности резервирования отдельных производственных мощностей для выпуска маргарина на экспорт в соответствии с требованиями страны-импортера, включая требования «Халяль» (подробнее см. разделы [3.1](#), [3.2](#)).
 - е) Изучите правила аттестации предприятия в соответствии с требованиями страны-импортера, включая требования «Халяль». Маргарин не является подконтрольной Россельхознадзору продукцией, поэтому от производителя требуется соблюдение технических требований и стандартов РФ и ОАЭ (подробнее см. раздел [3.2](#)).
 - ж) Изучите требования по регистрации компаний-производителей (поставщиков): в ОАЭ требуется пройти процедуры инспекции (характерно для контролирующих органов эмирата Абу-Даби), сертификации и включения в перечень производителей в системе FIRS (подробнее см. разделы [3.1](#), [4.1](#)). Зарегистрируйте свою компанию в качестве поставщика в соответствии с требованиями (при необходимости, на практике в большинстве случаев регистрацию поставщика осуществляет импортер).
- 3) Оценка готовности продукта к экспорту.
- а) Изучите требования к маргарину в ОАЭ (подробнее см. раздел [3.3](#)).
 - б) Изучите требования к маркировке и упаковке продукции; согласуйте образцы упаковки и маркировки с агентом/импортером; требуется обязательная регистрация в системах ZAD или FIRS (подробнее см. разделы [3.4](#), [4](#)).
 - в) Убедитесь, что наименование бренда и изображения на упаковке допустимы согласно местным законам, а также привлекательны для потребителя (подробнее см. разделы [3](#), [6](#)).
 - г) Проверьте необходимость прохождения процедур регистрации, лицензирования ввозимого продукта: в ОАЭ предусмотрена обязательная регистрация всех продуктов питания в национальной системе ZAD (подробнее см. раздел [3.1](#), [3.3](#)).
 - д) Проверьте требования по сертификации: для экспорта в ОАЭ пищевой продукции рекомендуется оформить сертификат «Халяль», сертификаты качества, здоровья и др.; также необходима российская декларация о соответствии; есть система добровольной сертификации пищевой продукции EQM (подробнее см. разделы [3](#), [4.1](#)).
 - е) Изучите требования к процедурам лабораторного контроля продукции в ОАЭ (подробнее см. раздел [3.3](#)).

- ж) Проработайте вопрос защиты интеллектуальной собственности, включая проверку уникальности бренда и отсутствия конфликта прав. В ОАЭ возможна международная регистрация товарного знака через ВОИС; на национальном уровне регистрация происходит в Министерстве экономики ОАЭ (подробнее см. раздел [5.4](#)).
- з) Подготовьте уникальное торговое предложение и модель конкуренции.

Этап II Подготовка сделки

- 1) Организуйте поиск потенциальных покупателей в ОАЭ. Основные каналы сбыта — секторы промышленной переработки и производства мучных и кондитерских изделий (подробнее см. разделы [2.1](#), [2.3](#)). На этом шаге целесообразно уделить особое внимание проверке контрагента (его деловой репутации, платежеспособности).
- 2) В качестве одного из способов продвижения продукции можно рассмотреть участие в выставочных мероприятиях в ОАЭ или регионе ССАГПЗ (подробнее см. раздел [6.2](#)) с ввозом пробных партий (образцов) продукции. Также рекомендуется организовать рабочую поездку для ознакомления с особенностями розничных продаж, ценообразования, формирования ассортимента.
- 3) Организуйте переговоры с потенциальным покупателем, учитывая особенности деловой культуры и национальных традиций ОАЭ (подробнее см. раздел [8](#)); достигните предварительной договоренности о поставке.
- 4) Заключите соглашение с банком для организации платежей по будущим сделкам с учетом требований валютного законодательства России и ОАЭ; предоплата, аккредитив — предпочтительные формы расчетов при поставках (подробнее см. раздел [5.2](#)).
- 5) Заключите договор с таможенным брокером для организации экспортных таможенных процедур или будьте готовы организовать вывоз продукции самостоятельно (если условия договора предусматривают данные обязательства со стороны продавца)¹⁸.

¹⁸ В некоторых случаях можно заключить договор с транспортно-экспедиторской компанией (ТЭК) на оказание комплексных услуг: таможенного оформления, перевозки, страхования, сюрвейерских услуг.

- 6) Заключите договоры перевозки и страхования¹⁹ (груза, риска неплатежа), оказания сюрвейерских услуг, если условия договора предусматривают данные обязательства со стороны продавца²⁰. Лучшим вариантом доставки продукции в ОАЭ является морская перевозка в специализированных рефрижераторных контейнерах; есть альтернативные варианты маршрутов (подробнее см. раздел 5.1); дополнительно необходим аккредитованный FOSFA сюрвейер для выдачи сертификатов веса и качества (подробнее см. раздел 4.1).
- 7) Подготовьте и заключите контракт с покупателем с учетом распределения обязательств и ответственности, рисков (применение Инкотермс 2020): с указанием цены, объемов и сроков поставок, момента перехода права собственности и др.
- 8) Зарегистрируйте контракт в банке для целей валютного контроля: если сумма контракта превышает валютный эквивалент 10 млн руб., то получите уникальный номер контракта (УНК). Откройте валютный счет для осуществления расчетов (если не был открыт ранее).

Этап III Действия до вывоза товара с территории России

- 1) Зарегистрируйтесь в таможенном органе ФТС России (если ранее экспорт не осуществлялся).
- 2) Получите предварительную оплату от покупателя (если был согласован данный способ расчетов).
- 3) Подготовьте документы на партию товара, согласуйте их с покупателем:
 - документы по сделке (договор, упаковочные листы, спецификации, счета-фактуры и др.);
 - документы на продукцию (результаты лабораторных анализов, образцы маркировки, сертификаты и др.).
- 4) Дайте поручение перевозчику в рамках договора, заключенного ранее.
- 5) Согласуйте с перевозчиком и таможенным брокером²¹ сроки отгрузки товара в соответствии с расписанием морских судов во избежание дополнительных затрат на хранение груза.

¹⁹ В некоторых случаях можно заключить договор с транспортно-экспедиторской компанией (ТЭК) на оказание комплексных услуг: таможенного оформления, перевозки, страхования, сюрвейерских услуг.

²⁰ Распределение обязательств часто основывается на базисах поставки Инкотермс 2020. С возможными вариантами можно ознакомиться по [ссылке](#) (часть материалов предоставляется на платной основе).

²¹ См. сноску 19.

- 6) Самостоятельно либо с помощью таможенного брокера²² осуществите таможенное оформление груза (можно как в месте отгрузки, так и на терминале в порту отправления), для чего передайте контракт, счета-фактуры, отгрузочные, транспортные, иные требуемые документы в таможенные органы или профессиональному посреднику для оформления процедуры вывоза (подробнее см. разделы [4.1](#), [5.1](#)).
- 7) Проверьте необходимость уплаты вывозных таможенных пошлин в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 21.09.2023 № 1538. На маргарин (коды ТН ВЭД ЕАЭС 151710, 151790) вывозные пошлины не установлены²³.
- 8) Передайте товар перевозчику²⁴ (отгрузка товара), получите транспортные документы (накладные/CMR, экспедиторские расписки о передаче груза).
- 9) После погрузки товара на борт судна получите коносамент, подтверждающий факт отгрузки товара.
- 10) Соберите пакет документов (контракт, упаковочный лист, спецификация, инвойс, сертификат происхождения и др.) и организуйте его отправку покупателю курьерской почтой. Дополнительно может потребоваться перевести документы на арабский язык, а также направить образцы упаковки, этикеток и самой продукции для процедур контроля (подробнее см. раздел [4](#)).

Этап IV Действия по доставке товара на территорию ОАЭ²⁵

- 1) В большинстве случаев ответственность по организации ввоза товара в страну лежит на покупателе. Однако компания-экспортер может принять решение о самостоятельной организации поставки, например при использовании базиса DDP, если экспортер зарегистрировал в ОАЭ (регистрация электронная, сроки зависят от эмирата) отдельное юридическое лицо (подробнее см. разделы [4.1](#), [5.3](#)). В этом случае:

²² В некоторых случаях можно заключить договор с транспортно-экспедиторской компанией (ТЭК) на оказание комплексных услуг: таможенного оформления, перевозки, страхования, сюрвейерских услуг.

²³ Система введения экспортных пошлин становится более гибкой с возможностью исключения отдельных товаров внутри подсубпозиций ТН ВЭД ЕАЭС или отдельных компаний.

²⁴ См. сноску 22.

²⁵ Этап IV в большинстве случаев является необязательным, но при определенной схеме поставок может приниматься к сведению.

- а)** зарегистрируйте юридическое лицо в ОАЭ: торговую или производственную компанию (регистрация происходит онлайн); для этого необходимо получить разрешение от департамента экономического развития и уполномоченных контролирующих органов эмирата, а также лицензию на планируемые виды деятельности (подробнее см. раздел [5.3](#));
- б)** зарегистрируйте компанию в качестве импортера в таможенных органах ОАЭ, получите импортную лицензию, дающую право на ввоз маргарина в страну (подробнее см. разделы [3.1](#), [4.1](#));
- в)** обеспечьте прохождение импортного таможенного и государственного контроля ввозимых продуктов питания с регистрацией в электронной таможенной системе конкретного эмирата (FIRS или ADFCA для электронного декларирования), предоставьте электронные копии требуемых документов на английском и арабском языке; при этом некоторые аспекты таможенных процедур в разных эмиратах могут отличаться (подробнее см. раздел [4](#));
- г)** уплатите таможенные пошлины и сборы; организуйте перегрузку и хранение товара до его передачи покупателю (подробнее см. раздел [4.1](#)).

Этап V **Действия после получения товара покупателем**

- 1)** Получите платеж от покупателя (если не была согласована предоплата): аккредитив — предпочтительный способ финансовых расчетов при экспорте в ОАЭ (подробнее см. раздел [5.2](#)).
- 2)** Организуйте возмещение НДС через обращение в ФНС России (подробнее см. раздел [4.1](#)).
- 3)** Организуйте рекламационную работу, включая получение претензий по качеству товара от покупателя, возмещение убытков покупателю при наличии доказательств ответственности продавца, направление запросов на возмещение убытков страховой компании или перевозчику.
- 4)** Проработайте вопрос улучшения условий экспорта: в случае успешных поставок и интереса со стороны покупателя целесообразно пересмотреть условия контракта (например, установить гарантии размещения заказов на определенный объем).
- 5)** Организуйте кампании по продвижению продукции, включая участие в выставках (подробнее см. раздел [6](#)). Продолжите более глубокое изучение особенностей рынка ОАЭ (подробнее см. разделы [1.4](#), [2](#), [6](#), [9](#)).
- 6)** Оцените перспективы расширения присутствия на рынке. Для этого целесообразно рассмотреть регистрацию юридического лица в ОАЭ (подробнее см. разделы [5.3](#), [7](#)).

Полезные контакты

Информационные ресурсы и услуги АО «Российский экспортный центр» (РЭЦ):

- цифровая платформа «Мой Экспорт»: <https://myexport.exportcenter.ru>
- регистрация на портале: <https://lk.exportcenter.ru/ru/registration/step-1>
- доступ к базе знаний: <https://clck.ru/3AEMek>
- каталог услуг (кредитно-гарантийная поддержка, страхование, продвижение на внешние рынки, специальные программы по поддержке экспорта и др.): <https://clck.ru/3AEMfW>
- партнерские предложения: <https://clck.ru/3AEMgC>

Запрос на поддержку экспортера в Минпромторг России:
www.minpromtorg.gov.ru/ministry/trade_mission/request_support_export

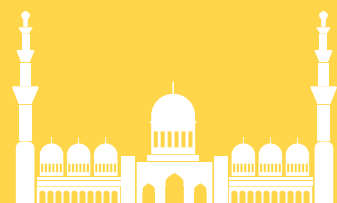
Торговое представительство РФ в ОАЭ: <https://are.minpromtorg.gov.ru>

Контактная информация

11



Содержание



11.1.

Потенциальные партнеры

11.2.

Профильные организации

11.1. Потенциальные партнеры

Импорт

Переработка

Modern Bakery



Крупный производитель кондитерских изделий. На рынке с 1975 г. Продуктовый портфель превышает 2,5 тыс. наименований и включает хлеб, торты, выпечку, печенье, национальные кондитерские изделия

Адрес: P.O. Box 5558, Dubai
Тел.: +971 4 337 0495
E-mail: mbakery@modernbakery.com
Сайт: www.modernbakery.com

Импорт

Переработка

IFFCO Group



Многонациональный холдинг, базирующийся в ОАЭ. Ассортимент охватывает более 20 категорий продуктов питания. Специализируется на производстве и поставках кондитерской продукции, включая мучные и шоколадные изделия, мороженое, снеки

Адрес: 41–44 floor, Tiffany Tower, Cluster W, Jumeirah Lake Towers, P.O. Box 3181, Dubai
Тел.: +971 4 215 0000
Сайт: www.iffco.com

Импорт

Розничная торговля

Carrefour



Французская мультинациональная корпорация розничной торговли, одна из крупнейших в мире сетей гипермаркетов. Сеть включает свыше 12 тыс. магазинов, расположенных в Европе, Бразилии, Аргентине, Северной Африке и Азии

Адрес: Tower 1, 10th Floor, City Centre Deira Complex, 8th Street, Port Saeed, P.O. Box 91100, Dubai
Тел.: +971 4 294 9999
Сайт: www.carrefouruae.com/mafuae/en

Импорт

Розничная торговля

**Lulu Group
International**



Розничный конгломерат со штаб-квартирой в ОАЭ. Управляет сетью гипер- и супермаркетов Lulu. Компания работает в 23 странах Ближнего Востока, Азии, Европы и в США. В сети 254 розничных магазина

Адрес: Y Tower, Al Nahyan, E25, Abu Dhabi

Тел.: +971 2 418 2000

E-mail: headoffice@ae.lulumea.com

Сайт: www.lulugroupinternational.com

Импорт

Розничная торговля

**Consumer
Co-operative Union**



Один из первых крупнейших потребительских кооперативов в ОАЭ, включает 26 филиалов. Владелец торговых центров: Al Warqa City Mall, Etihad Mall, Al Barsha Mall, Al Barsha South Mall, Nad Al Hamar Center и Al Nahda. Кооператив запустил сеть магазинов Соор

Адрес: Al Warqa, Tripoli Street 3, Dubai

Тел.: +971 4 800 8889

E-mail: info@unioncoop.ae

Сайт: <https://corporate.unioncoop.ae/en>

Импорт

Розничная торговля

**New West Zone
Supermarket
& Department Store**



Розничная компания, управляющая 150 супермаркетами и универмагами по всей территории ОАЭ

Адрес: Al Mankhool Road 2, Dubai

Тел.: +971 4 288 5555

E-mail: Info@westzone.com

Сайт: www.newwestzone.com

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

**Safco International
Gen. Trading Co.**



Дистрибьютор продуктов питания и напитков. Осуществляет оптовую торговлю, а также поставки в сектор HoReCa. Продуктовый портфель превышает 25 тыс. наименований. Ассортимент включает маргарин местного производства, а также продукцию из Турции и Малайзии

Адрес: Dubai Investment Park 2, Opposite Gulf News Building, Dubai
Тел.: +971 4 870 2000
E-mail: info@safcointl.com
Сайт: www.safcointl.com

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

Sidco Foods



Многопрофильный дистрибьютор, импортер и оптовый продавец продуктов питания и напитков. Осуществляет поставки в секторы розничной торговли и HoReCa. Реализует маргарин как местного, так и импортного производства

Адрес: 13th Street, Rashidiya, Umm Ramoul, Dubai
Тел.: +971 4 264 2247
E-mail: marketing@sidcofoods.ae
Сайт: www.sidcofoods.ae

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

**Falcon's Eye
Marketing**



Дистрибьютор ингредиентов для хлебобулочной и кондитерской промышленности, поставщик продуктов питания в сектор HoReCa. Работает во всех странах Персидского залива. В ассортименте компании присутствует маргарин местного производства, а также малайзийская продукция

Адрес: Industrial Area 13, Firex Road, P.O. Box 23125, Sharjah
Тел.: +971 50 152 9250
E-mail: info@femco.ae
Сайт: www.femco.ae/fem

HoReCa

Дистрибьюторская деятельность

Horeca Dubai



Крупный поставщик продуктов питания и напитков в гостинично-ресторанный сектор ОАЭ. Осуществляет оптовую торговлю маргарином малайзийского производства

Адрес: Al Quoz Industrial Area 3, P.O. Box 73021, Dubai
Тел.: +971 54 528 8701
E-mail: info@horecadubai.com
Сайт: www.horecadubai.com

11.2. Профильные организации

Организация	Контактная информация
Министерство иностранных дел и международного сотрудничества (الدول وزارة الخارجية والتعاون)	Адрес: King Abdullah Bin Abdul Aziz Al Saud Street, Al Bateen, Abu Dhabi Тел.: +971 800 444444 Сайт: www.mofa.gov.ae/en
Министерство экономики (وزارة الاقتصاد)	Адрес: 10 to 18 floor, Liwa Tower, Exhibition area, Abu Dhabi Тел.: +971 800 1222 Сайт: www.moec.gov.ae/en/home
Министерство по вопросам изменения климата и охране окружающей среды (مؤسسة البيئة والمياه والبيئة)	Адрес: Al Ruwayyah 2 Area, Beside Zayed University, Al Thuraya Street, Al Ain, Dubai Rd, Dubai Тел.: +971 800 3050 Сайт: www.moccae.gov.ae/en/home.aspx
Федеральное ведомство по конкуренции и статистике (الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء)	Адрес: Festival Offices Tower, 9th floor, Festival City, Dubai Тел.: +971 4 608 0000 E-mail: info@fcsc.gov.ae Сайт: fcsc.gov.ae/en-us
Ведомство по инвестициям (مركز الاستثمارات)	Адрес: Al Bateen W10, Abu Dhabi Тел.: +971 2 419 0000 Сайт: www.eia.gov.ae
Центр государственных операций (услуг) Аль Ялаиз (مركز العمليات الحكومية)	Адрес: Dubai Investment Park 2, Dubai Тел.: +971 4 821 5111 E-mail: info@aygtc.ae Сайт: www.alayalayscenter.ae
Департамент Правительства Дубая по правовым вопросам (دائرة الشؤون القانونية لحكومة دبي)	Адрес: H.H. The Ruler's Court, 4th Floor, Al Fahidi Rd., Dubai Тел.: +971 4 353 3337 E-mail: contact@legal.dubai.gov.ae Сайт: https://clck.ru/Vrx7

**Государственная
поддержка экспорта
продукции АПК**

12

Программа льготного кредитования

Предоставление льготных краткосрочных и долгосрочных инвестиционных кредитов по ставке от 1 до 5%.

Краткосрочные кредиты (до 1 года) направлены на пополнение оборотных средств и ведение текущей деятельности компании.

Долгосрочные инвестиционные кредиты (от 2 до 15 лет) предназначены для финансирования капитального строительства, реконструкции, модернизации производственных мощностей и инфраструктуры.

Компетентные органы: Минсельхоз России, РОУ АПК

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 26.04.2019 № 512](#)

Программа создания и модернизации объектов АПК

Поддержка создания и модернизации объектов АПК путем возмещения части прямых понесенных затрат производителю на создание или модернизацию сельскохозяйственных объектов в размере до 25% от фактической стоимости для предприятий по переработке зерна, масличных культур, рыбы и морепродуктов, а также по производству сухих молочных продуктов.

Компетентные органы: Минсельхоз России, РОУ АПК

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 31.03.2022 № 527](#)

Программа льготного лизинга

Льготный лизинг оборудования направлен на приобретение оборудования, необходимого для омологации продукции агропромышленного комплекса или введения новой продуктовой линейки, соответствующей требованиям внешних рынков. Поддержка предоставляется в виде единовременной скидки при уплате авансового платежа в размере 25% или 45% от стоимости предмета лизинга.

Компетентные органы: Минсельхоз России

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 07.08.2021 № 1313](#)

Программа стимулирования увеличения производства масличных культур

Стимулирование производства масличных культур путем возмещения части затрат на региональные проекты по ставке из расчета на 1 тонну прироста объема производства.

Компетентные органы: Минсельхоз России, РОУ АПК

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 14.07.2012 № 717 \(приложение 11 \(1\)\)](#)

Программа строительства мелиоративных сооружений

Компенсация в размере до 50% расходов на увеличение введенных в эксплуатацию мелиорируемых земель сельскохозяйственного назначения и вовлеченных в оборот сельскохозяйственных угодий в рамках регионального проекта.

Компетентные органы: Минсельхоз России, РОУ АПК

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 14.05.2021 № 731 \(приложение № 8\)](#)

Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

Компенсация в размере 25% затрат на доставку продукции АПК железнодорожным, автомобильным, водным и смешанными видами транспорта. Получить компенсацию можно при условии перевозки продукции АПК, которая включена в перечень, утвержденный Правительством Российской Федерации.

Компетентные органы: Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 15.09.2017 № 1104](#)

Компенсация затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках

Компенсация части затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках в размере 50% или 90% объема затрат на сертификацию, фактически понесенных производителями в течение 12 месяцев. Получить компенсацию можно при условии сертификации продукции АПК, которая включена в перечень, утвержденный Минсельхозом России.

Компетентные органы: Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 25.12.2019 № 1816](#)

Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

Размещение на бесплатной основе в дегустационно-демонстрационных павильонах АО «РЭЦ» российской продукции АПК в зарубежных странах для создания эффективной коммуникации с потенциальными потребителями продукции за рубежом.

Компетентные органы: АО «РЭЦ», Минсельхоз России

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 26.02.2021 № 255](#)

Программа компенсации затрат на участие в зарубежных выставочно-ярмарочных мероприятиях

Возмещение российским экспортерам затрат на аренду выставочной площади и регистрационных сборов, связанных с участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами Российской Федерации. Субъектам малого и среднего предпринимательства возмещается до 700 тыс. рублей в год, крупному бизнесу — до 2 млн рублей в год (за участие не более чем в трех выставках).

Компетентные органы: Минпромторг России, АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 28.12.2020 № 2316](#)

Программа софинансирования затрат на участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях

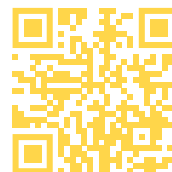
Софинансирование затрат по застройке и сопровождению выставочных стендов российских компаний в рамках национальной коллективной экспозиции, а также по организации доставки выставочных образцов экспортеров, включая затраты на их таможенное оформление и страхование. Для субъектов малого и среднего предпринимательства размер софинансирования составляет до 80%, для крупного бизнеса — до 50%.

Компетентные органы: Минпромторг России, АО «РЭЦ»

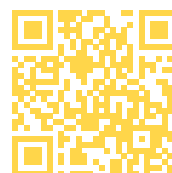
Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 28.03.2019 № 342](#)

Полезная информация на сайте Агроэкспорта

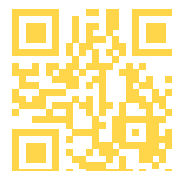
Библиотека экспортера — уникальный раздел, который содержит экспортные гиды, краткие версии концепций продвижения, аналитические обзоры ВЭД, а также обзоры ВТО по правовым аспектам внешней торговли, разработанные ФГБУ «Агроэкспорт».



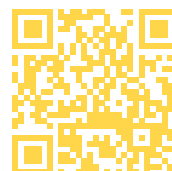
Господдержка — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



Мероприятия — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



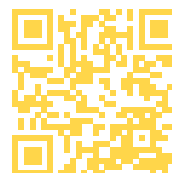
Барьеры — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.



Сертификация — раздел содержит информацию о всех видах сертификации, которая может понадобиться для поставок на экспорт: НАССР, Халаль, Кошер и Органика.



Новости — самые актуальные новости аграрного экспорта, а также дайджесты российских и зарубежных СМИ.

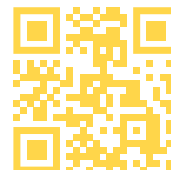


Мы в социальных сетях:

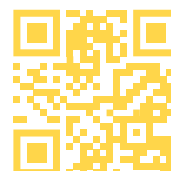
Вконтакте: vk.com/aemcx



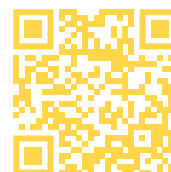
Яндекс Дзен: zen.yandex.ru/aemcx



Telegram: t.me/mcxae



Rutube: rutube.ru/channel/24261638



Связаться с нами:

Сайт: www.aemcx.ru

Телефон: [+7 495 280-74-49](tel:+74952807449)

Почта: info@aemcx.ru

