

3 августа 2021

**ЧАЙ**



Обзор ВЭД



# Содержание

---

Введение _____	<b>4</b>
Мировой рынок _____	<b>6</b>
Внешняя торговля _____	<b>11</b>
Ценовая конъюнктура _____	<b>17</b>
Обзор российского рынка _____	<b>18</b>
Потенциал поставок чая из России _____	<b>23</b>
Условия поставок чая _____	<b>25</b>

# Мнение эксперта

---



## Рамаз Чантурия

Генеральный директор Ассоциации «Росчайкофе»

« Глобальное производство и потребление чая растет. Производство в первую очередь увеличивается в Китае и Индии, и в течение последнего десятилетия этот показатель вырос на значительную величину. Что касается спроса, то в основном он сейчас увеличивается в развивающихся странах с динамично растущей численностью населения, таких как Индия, Пакистан, Бангладеш и др. На рынках развитых стран, например, США или европейских государств, общее потребление классического чая стагнирует, а в некоторых случаях даже снижается, хотя и происходит перераспределение баланса между разными сегментами. Так, в развитых странах сейчас наблюдается определенный рост спроса на высококачественный, элитный чай, а также с добавками.

Являясь крупными импортерами сырья из разных стран, российские чаеразвесочные предприятия обеспечивают не только внутренний рынок готовой продукции, но и имеют возможность предлагать продукцию на экспорт. За счет объемов производства, а также технологического оснащения мы имеем конкурентную цену, с которой можем выходить на рынки Европы, Ближнего Востока, Азии, в том числе и Китая. Несмотря на то, что Китайская Народная Республика — родина чая, это еще и крупнейший рынок сбыта, куда завозится продукция из многих стран. В качестве нишевой продукции китайцы смотрят на премиум-чай, различные бренды, купажи, и многие международные игроки работают в Китае. Россия также может поставлять такую продукцию по конкурентоспособной цене.

Кроме того, Россия может предложить на внешние рынки неклассические виды чая — кипрей (иван-чай), различные травяные сборы. Кипрей растет в России практически в неограниченных объемах, и если суметь привлечь внимание иностранных потребителей, доказать безопасность и полезность напитка, то экспортный потенциал у кипрея огромен. Благодаря разнообразию природно-климатических условий Россия может поставлять на экспорт и чай с самыми разнообразными уникальными добавками.



# Введение

---

Чай считается одним из самых популярных напитков в мире, который имеет древнюю историю. Этот напиток обладает большим количеством витаминов и полезных свойств. Традиционно выделяют черный чай, зеленый, улун, фруктово-травяной чай. Самыми популярными сортами чая считаются черный, который по большей степени употребляют в западных странах, и зеленый, который наиболее популярен в странах азиатского региона.

## Тенденции на мировом рынке чая

- мировое потребление чая растет (за исключением небольшого снижения в 2020 г.), сокращая разрыв между потреблением чая и кофе вне дома;
- рост рынка чая обусловлен тенденцией здорового образа жизни, которой следуют все больше потребителей;
- мировое развитие сетей кофеен также положительно влияет на увеличение спроса на различные сорта чая;
- в большинстве стран мира наблюдается увеличение потребления чая, включая дорогие премиальные сорта, в связи с ростом располагаемых доходов населения и ростом урбанизации.

## Страны Азии

Азиатский регион считается одним из лидеров по потреблению и производству чая, и, согласно прогнозам экспертов, останется им в ближайшие пять лет. Рынок чая растет быстрыми темпами из-за широко распространенной чайной культуры в таких странах, как Китай, Индия и Япония. Наиболее популярный сорт чая в этом регионе — зеленый. Растущий спрос на зеленый чай можно объяснить ростом осведомленности о его полезных свойствах для здоровья. В азиатском регионе также набирает популярность чай с новыми и необычными вкусами. Молодежь предпочитает коктейли на основе чая, а также бутилированный охлажденный чай с фруктами.

## Страны Африки

В африканском регионе наиболее популярными являются черный чай, благодаря своему насыщенному вкусу и относительно невысокой цене, а также зеленый чай, в виду его полезных свойств и стремления потребителей следовать здоровому образу жизни. Основным каналом реализации чая в африканских странах считаются розничные магазины. Расширение сетей кофеен и развитие туристического сектора оказывает положительное влияние на увеличение спроса на чай. Процесс вестернизации и открытость молодежи к новым вкусам формируют спрос на чаи с добавлением трав и фруктов.



## Страны Ближнего Востока

Высокий спрос на чай в странах Ближнего Востока обусловлен множеством факторов. Чай является продуктом ежедневного потребления, во многих странах чаепитие — древняя традиция, которая соблюдается по настоящее время. В данном регионе наиболее популярен черный сорт чая. Ввиду высокого уровня располагаемых доходов населения, большим спросом пользуются премиальные сорта чая как без добавок, так и с различными вкусами. Потребители ценят дизайнерские дорогие упаковки, а также для них важна страна происхождения и производства. Более того, в последнее время наличие маркировки «органик» играет весомую роль в процессе принятия решения о покупке.

## Влияние пандемии Covid-19

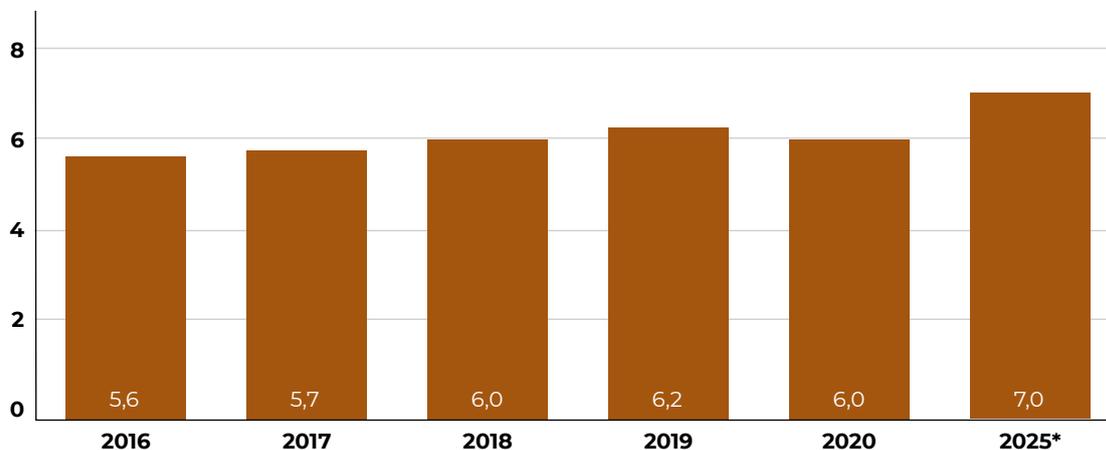
- Covid-19 существенно отразился на рынке чая. Снижение темпов роста рынка объясняется сбоями в цепочках поставок. Более того, некоторым странам пришлось останавливать производство чая и его переработку из-за изоляции и социального дистанцирования;
- во время пандемии спрос потребителей в значительной степени сместился в сторону полезных напитков, таких как зеленый чай и чай, богатый флавоноидами.



# Мировой рынок

Мировое производство чая в 2020 г. показало незначительное снижение (-2,2% к уровню 2019 г.), что связано с негативным влиянием пандемии COVID-19 на отрасль. Тем не менее, по прогнозам экспертов, производство чая будет расти и к 2025 г. увеличится на 16,8% к уровню 2020 г. до 7,0 млн тонн.

Мировое производство чая, 2016–2025 гг., млн тонн



Источник: EMIS, FAO, China NBS, Tea Board India, USDA, \*прогноз

Мировыми лидерами по производству чая являются Китай и Индия, в 2020 г. их суммарная доля в мировом производстве составила 69,7%. Кения по итогам года находилась на третьем месте с долей 9,5%. Далее следуют Шри-Ланка и Вьетнам с долей в мировом производстве 4,6% и 3,1% соответственно.

Мировое производство чая по странам, 2016 – 2020 гг., млн тонн

Страна	2016	2017	2018	2019	2020	Доля в 2020 г., %
Китай	2,3	2,5	2,6	2,8	2,9	48,8%
Индия	1,3	1,3	1,3	1,4	1,3	20,9%
Кения	0,5	0,4	0,5	0,5	0,6	9,5%
Шри-Ланка	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	4,6%
Вьетнам	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	3,1%
Индонезия	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	2,1%
Прочие страны	0,9	0,9	0,9	0,9	0,7	11,0%
<b>Итого</b>	<b>5,6</b>	<b>5,7</b>	<b>6,0</b>	<b>6,2</b>	<b>6,0</b>	<b>100,0%</b>

Источник: EMIS, FAO, China NBS, Tea Board India, USDA

В 2020 г. мировое потребление чая оценивалось в 5,8 млн тонн, что эквивалентно 48,2 млрд долл. США. На протяжении всего рассматриваемого периода, кроме 2020 г., мировой рынок чая в стоимостном выражении имел положительную динамику со среднегодовым темпом роста 2,7%. В 2025 г. рынок чая, по прогнозам, составит 63,2 млрд долл. США, что на 31,2% больше 2020 г.



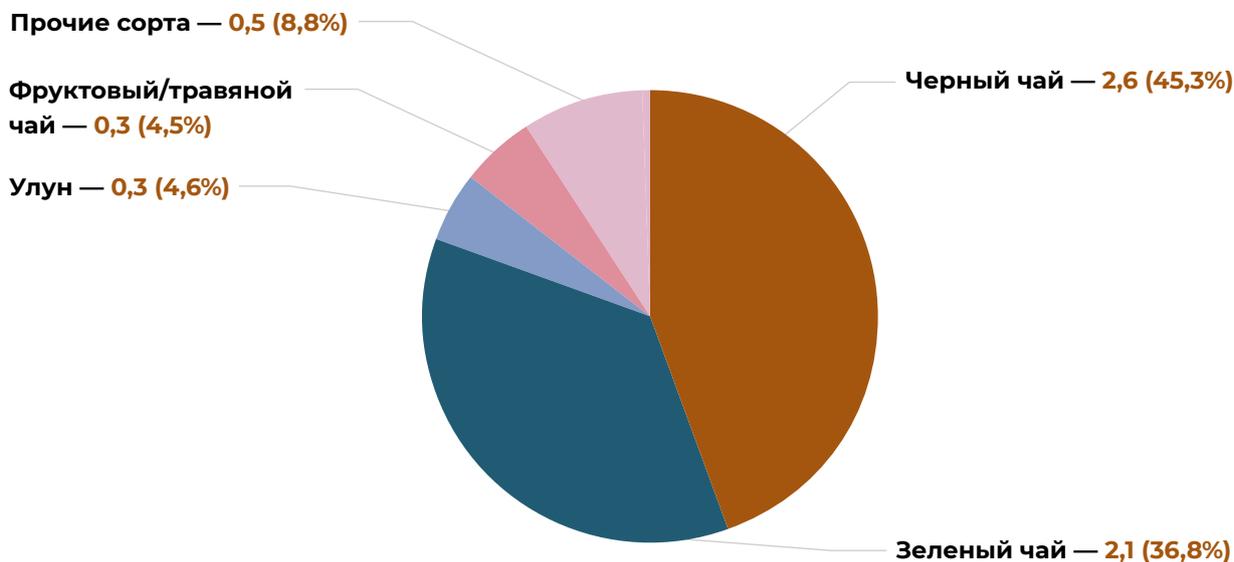
Мировой рынок чая, 2016–2025 гг.



Источник: EMIS, FAO, China NBS, Tea Board India, USDA, \*прогноз

В структуре мирового рынка чая в 2020 г. наибольшую долю (45,3%) традиционно занимал черный чай, по итогам года объем потребления черного чая составил 2,6 млн тонн. Объем рынка зеленого чая составил 2,1 млн тонн с долей 36,8%. Доля таких сортов чая, как улун и фруктовый / травяной чай в 2020 г. составила 4,6% и 4,5% соответственно.

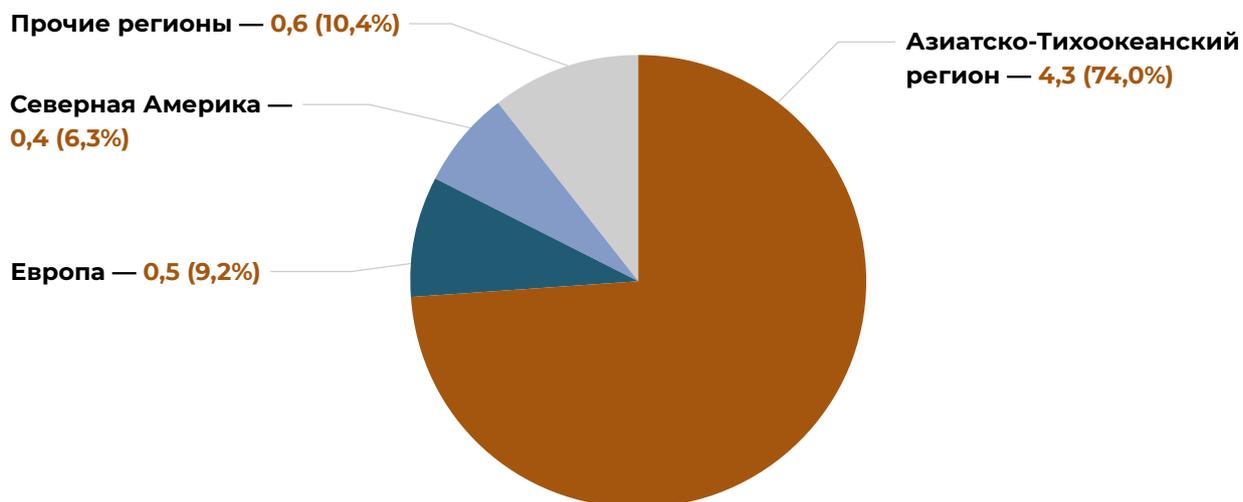
Структура мирового рынка чая по сортам, 2020 г., млн тонн (%)



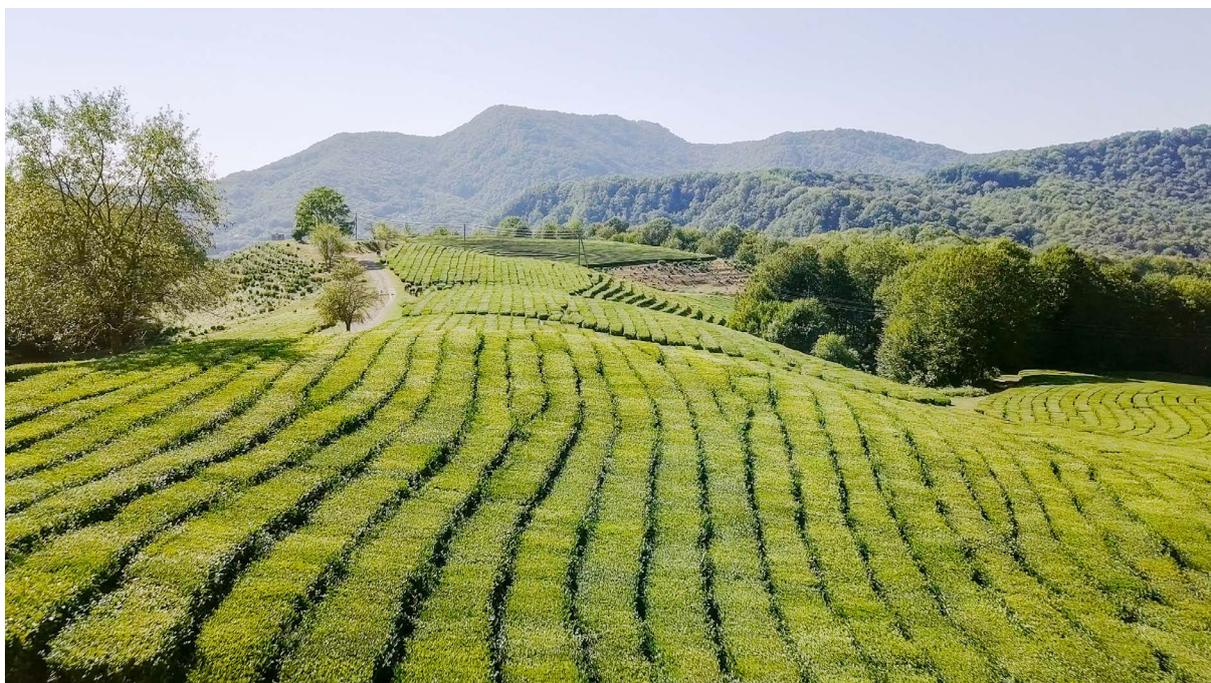
Источник: EMIS, FAO, China NBS, Tea Board India, USDA

В региональной структуре мирового рынка чая в 2020 г. наибольшую долю занимал Азиатско-Тихоокеанский регион с долей 74,0%, далее следуют Европа (9,2%) и Северная Америка (6,3%).

Региональная структура рынка чая, 2020 г. , млн тонн (%)



Источник: EMIS, FAO, China NBS, Tea Board India, USDA



**Крупнейшие компании-производители чая**

Компания	Страна	Описание
Associated British Foods plc	Великобритания	Компания-производитель продуктов питания и напитков, которая также специализируется на производстве чая и работает в сфере розничной торговли. Производственные мощности компании расположены в 50 странах мира. Сайт: <a href="http://www.abf.co.uk">www.abf.co.uk</a>
Barry's Tea Ltd.	Ирландия	Чайная компания, которая производит и экспортирует чайный порошок. В продуктовую корзину компании также входят смеси чая, листовые чаи, чайный порошок, травяные и фруктовые чаи. Компания реализует свою продукцию через дистрибьюторов и сети розничных магазинов в Ирландии и за рубежом. Сайт: <a href="http://www.barrystea.ie">www.barrystea.ie</a>
Hain Celestial Group	США	Компания работает в пяти сегментах: бакалея (детские товары, продукты на основе риса и зерна), снеки (чипсы, попкорн), чай (травяной, зеленый, черный, ройбуш и латте с чаем), продукты личной гигиены, а также продукты из птицы / белковые продукты. Hain Celestial Group имеет большой портфель брендов и продает свои продукты по всему миру. Сайт: <a href="http://www.hain.com">www.hain.com</a>
Ito En, Ltd.	Япония	Японская компания, основанная в 1966 г. с головным офисом в Токио, является одним из крупнейших производителей зеленого чая. Компания работает по трем сегментам: листовой чай, напитки и кофе. География поставок охватывает все регионы, а портфель брендов состоит из TEAS 'TEA, Oi Ocha, ITO EN Shots и Matcha LOVE. Сайт: <a href="http://www.itoen.co.jp">www.itoen.co.jp</a>
Mcleod Russel India Limited	Индия	Индийская компания, которая является одним из крупнейших производителей различных сортов чая. Компания, основанная в 1869 г., поставляет свою продукцию во все страны мира и имеет производственные мощности в Кении, ОАЭ, Вьетнаме, Индии и Великобритании. Сайт: <a href="http://www.mcleodrussel.com">www.mcleodrussel.com</a>
Nestle s.a.	Швейцария	Компания со штаб-квартирой в Швейцарии, которая производит и продает разнообразный ассортимент продуктов питания и напитков по всему миру. Производственные предприятия расположены в 85 странах мира. Компания продает свою продукцию в 189 стран. Сайт: <a href="http://www.nestle.com">www.nestle.com</a>
Taetea	Китай	Китайская компания, которая производит один из самых излюбленных китайцами чай — пуэр. Компания управляет 2 200 торговыми точками в Азии. Taetea имеет 70-летний опыт выращивания и производства лучшего в мире чая (пуэр). Линейка чайной продукции обширная и включает помимо традиционного чая, чаи для похудения и различные травяные сборы. Сайт: <a href="http://www.taetea.net">www.taetea.net</a>



Продолжение табл.

Компания	Страна	Описание
Tata Global Beverages	Индия	Индийская компания, основанная в 1962 г., с головным офисом в Мумбаи. Tata Global Beverages производит и реализует чай, кофе и напитки по всему миру. Это вторая по величине чайная компания в мире. Сайт: <a href="http://www.tataglobalbeverages.com">www.tataglobalbeverages.com</a>
The Republic of Tea, Inc.	США	Американская компания, основанная в 1992 г., которая производит и реализует чай, травы, холодный чай и продукты на основе чая по всему миру. Компания продает свою продукцию через сеть магазинов и ресторанов для гурманов и онлайн-платформы, а также через каталог заказов по почте в США. Сайт: <a href="http://www.republicoftea.com">www.republicoftea.com</a>
Unilever Group	Великобритания	Популярная компания по производству товаров народного потребления. Компания продает свою продукцию более чем в 190 странах мира. Имеет более 300 заводов в 69 странах. Сайт: <a href="http://www.unilever.co.uk">www.unilever.co.uk</a>

Источник: Открытые данные компаний



# Внешняя торговля

## Импорт чая

Мировой импорт чая в 2020 г. составил 6,7 млрд долл. США, снизившись по сравнению с 2016 г. на 2,1% в стоимостном выражении (среднегодовые темпы падения — 0,5%). При этом в натуральном выражении мировой импорт в 2020 г. вырос относительно 2016 г. на 0,4% и составил 1 909,9 тыс. тонн (среднегодовые темпы роста — 0,1%).



Источник: ITC Trade Map, код ТН ВЭД 0902

Крупнейшими импортерами чая в 2020 г. были Пакистан (8,9% в стоимостной структуре мирового импорта), США (7,1%), Россия (6,2%), Великобритания (5,2%) и Саудовская Аравия (3,7%).

**Структура мирового импорта чая по странам в стоимостном выражении, 2016–2020 гг., млн долл. США**

№	Страна	2016	2017	2018	2019	2020
1	Пакистан	490,0	550,4	573,5	496,7	589,8
2	США	483,1	486,6	487,3	488,4	473,8
3	<b>Россия</b>	<b>548,3</b>	<b>525,0</b>	<b>497,0</b>	<b>425,7</b>	<b>412,2</b>
4	Великобритания	362,9	404,3	397,7	356,1	348,7
5	Саудовская Аравия	256,4	263,2	252,5	236,6	243,6
6	Иран	261,1	282,7	292,4	393,1	236,3
7	Гонконг	84,6	109,3	151,8	186,4	221,8
8	Марокко	199,1	220,7	220,3	232,0	202,3
9	Египет	305,9	273,8	318,9	276,5	197,2

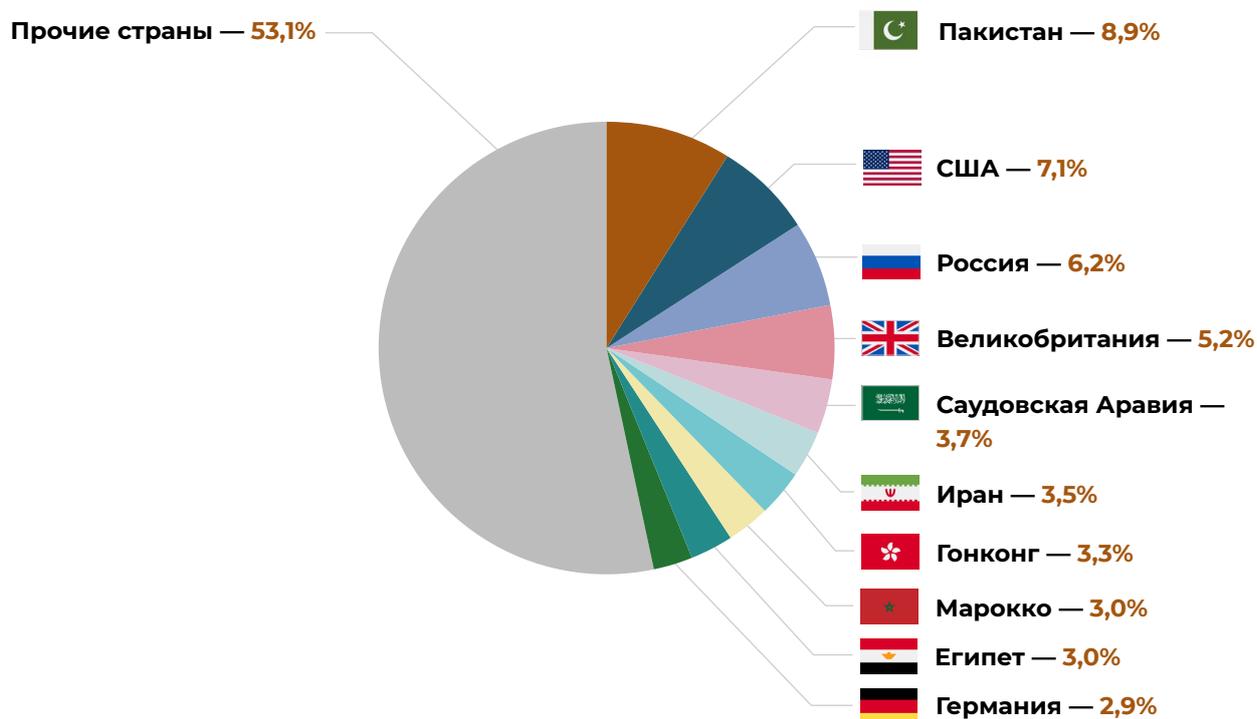


Продолжение табл.

№	Страна	2016	2017	2018	2019	2020
10	Германия	231,9	228,8	237,5	228,9	195,0
	Прочие страны	3 576,9	3 790,2	3 678,0	3 726,6	3 538,5
	<b>Итого</b>	<b>6 800,1</b>	<b>7 134,8</b>	<b>7 106,8</b>	<b>7 047,1</b>	<b>6 659,2</b>

Источник: ITC Trade Map, код ТН ВЭД 0902

Доля стран в мировом импорте чая в стоимостном выражении, 2020 г., %



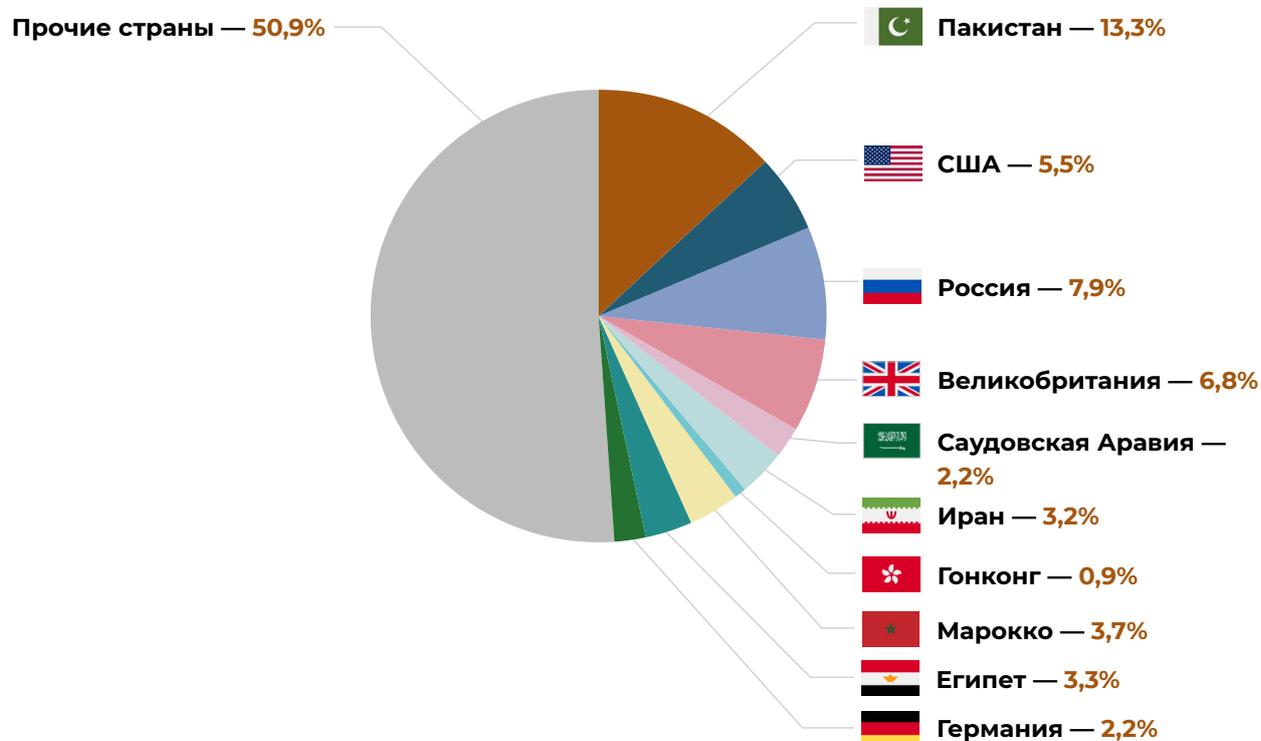
Источник: ITC Trade Map, код ТН ВЭД 0902

Структура мирового импорта чая в натуральном выражении, 2016–2020 гг., тыс. тонн

№	Страна	2016	2017	2018	2019	2020
1	Пакистан	184,9	183,5	204,4	206,3	254,4
2	США	131,1	126,3	119,4	118,0	105,7
3	<b>Россия</b>	<b>164,4</b>	<b>168,8</b>	<b>163,8</b>	<b>150,3</b>	<b>151,4</b>
4	Великобритания	128,1	127,8	126,6	123,6	129,8
5	Саудовская Аравия	35,9	39,3	37,6	39,4	41,9
6	Иран	56,4	58,1	62,3	98,1	60,6
7	Гонконг (Китай)	13,5	15,7	18,4	21,9	17,8
8	Марокко	67,3	72,5	75,6	83,4	71,5
9	Египет	118,7	96,6	106,1	109,0	63,2
10	Германия	57,9	54,1	51,2	50,4	41,4
	Прочие страны	945,0	981,0	1 013,4	1 038,0	972,0
	<b>Итого</b>	<b>1 903,2</b>	<b>1 923,7</b>	<b>1 978,6</b>	<b>2 038,3</b>	<b>1 909,9</b>

Источник: ITC Trade Map, код ТН ВЭД 0902

Доля стран в мировом импорте чая в натуральном выражении, 2020 г., %



Источник: ITC Trade Map, код ТН ВЭД 0902



## Экспорт чая

В 2020 г. экспорт чая составил 7 888,7 млн долл. США или 2 086,6 тыс. тонн, увеличившись по сравнению с 2016 г. на 493,5 млн долл. США или 22,5 тыс. тонн. За данный период экспорт чая увеличился на 6,7% в стоимостном выражении (среднегодовые темпы роста — 1,6%) и на 1,1% в натуральном выражении (среднегодовые темпы роста — 0,3%).



Источник: ITC Trade Map, код ТН ВЭД 0902

В 2020 г. в Топ-5 экспортеров чая вошли Китай (25,8%), Шри-Ланка (16,9%), Кения (15,5%), Индия (8,8%) и Польша (3,4%). Российский экспорт в 2020 г., по данным ITC Trade Map, увеличился до 105,4 млн долл. США, что позволило стране войти в Топ-11 мировых экспортеров чая.

**Структура мирового экспорта чая по странам в стоимостном выражении, 2016–2020 гг., млн долл. США**

№	Страна	2016	2017	2018	2019	2020
1	Китай	1 484,9	1 611,2	1 785,4	2 025,8	2 038,0
2	Шри-Ланка	1 251,7	1 513,2	938,3	1 322,6	1 329,5
3	Кения	1 229,3	1 424,5	1 370,3	1 113,4	1 224,1
4	Индия	661,6	768,4	767,7	813,7	692,1
5	Польша	194,4	189,0	203,1	255,2	264,5
6	Германия	236,6	250,1	258,3	250,9	222,9
7	Вьетнам	225,4	226,8	209,4	230,7	198,9
8	ОАЭ	117,6	188,5	295,0	295,5	176,8
9	Япония	109,0	129,9	142,4	137,1	154,3

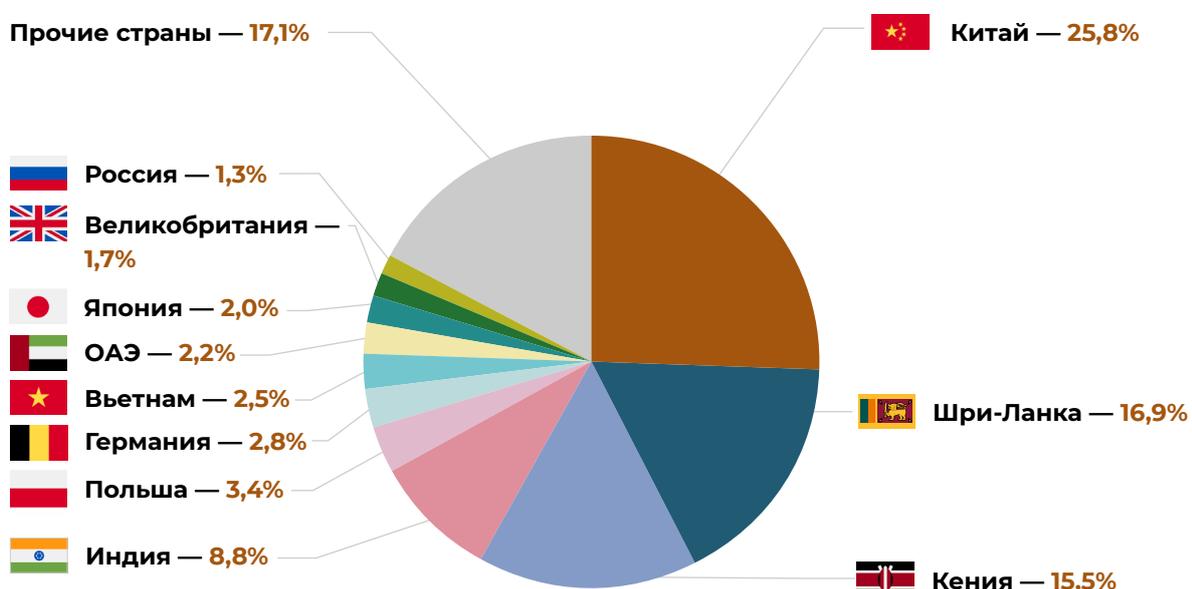


Продолжение табл.

№	Страна	2016	2017	2018	2019	2020
10	Великобритания	134,8	137,6	140,4	138,3	135,2
11	<b>Россия</b>	<b>76,3</b>	<b>92,3</b>	<b>97,9</b>	<b>102,2</b>	<b>105,4</b>
	Прочие страны	1 673,4	1 486,1	1 570,6	1 491,6	1 347,1
	<b>Итого</b>	<b>7 395,2</b>	<b>8 017,6</b>	<b>7 779,0</b>	<b>8 177,1</b>	<b>7 888,7</b>

Источник: ITC Trade Map, код ТН ВЭД 0902

Доля стран в мировом экспорте чая в стоимостном выражении, 2020 г., %



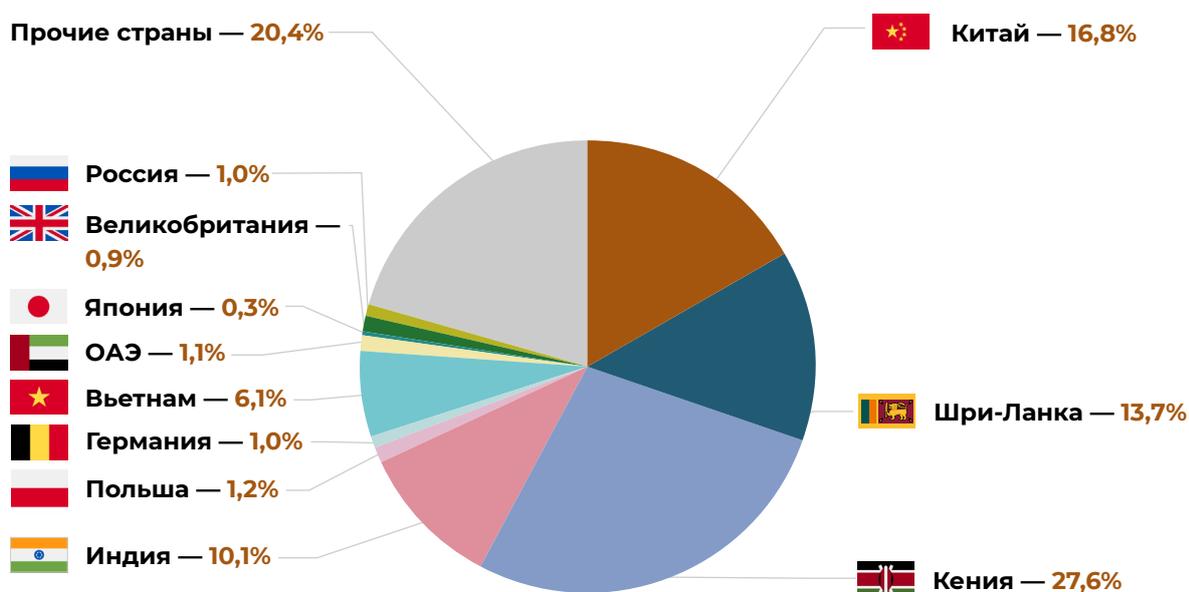
Источник: ITC Trade Map, код ТН ВЭД 0902

Структура мирового экспорта чая по странам в натуральном выражении, 2016–2020 гг., тыс. тонн

№	Страна	2016	2017	2018	2019	2020
1	Китай	329,3	360,4	369,2	369,2	350,8
2	Шри-Ланка	286,8	286,9	181,0	289,6	285,1
3	Кения	481,1	467,0	501,8	476,0	575,5
4	Индия	230,5	261,4	262,4	258,0	210,5
5	Польша	19,6	19,2	19,1	22,9	24,3
6	Германия	25,8	25,5	23,1	22,8	21,9
7	Вьетнам	136,4	144,4	76,2	134,9	126,6
8	ОАЭ	31,9	54,6	67,5	65,8	22,4
9	Япония	4,3	4,7	5,2	5,2	5,4
10	Великобритания	19,4	19,3	18,4	19,4	18,9
11	<b>Россия</b>	<b>14,8</b>	<b>16,9</b>	<b>18,9</b>	<b>19,9</b>	<b>20,5</b>
	Прочие страны	484,5	465,1	495,8	453,3	424,7
	<b>Итого</b>	<b>2 064,1</b>	<b>2 125,6</b>	<b>2 038,5</b>	<b>2 137,2</b>	<b>2 086,6</b>

Источник: ITC Trade Map, код ТН ВЭД 0902

Доля стран в мировом экспорте чая в натуральном выражении, 2020 г., %



Источник: ITC Trade Map, код ТН ВЭД 0902



# Ценовая конъюнктура

Динамика цен основных стран-импортеров чая, 2016–2020 гг., долл. США/тонна (CIF)

Страна	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Средняя цена</b>	<b>3 704</b>	<b>3 880</b>	<b>3 935</b>	<b>3 951</b>	<b>3 916</b>
Пакистан	2 650	2 999	2 805	2 407	2 318
США	3 686	3 852	4 083	4 139	4 483
Великобритания	2 833	3 165	3 141	2 880	2 687
Саудовская Аравия	7 146	6 693	6 715	6 000	5 807
Иран	4 628	4 862	4 693	4 008	3 900
Марокко	2 958	3 042	2 914	2 783	2 828
Египет	2 578	2 836	3 007	2 537	3 121
Германия	4 004	4 230	4 642	4 546	4 708

Источник: ITC Trade Map, код ТН ВЭД 0902

Динамика цен основных стран-экспортеров чая, 2016–2020 гг., долл. США/тонна (FOB)

Страна	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Средняя цена</b>	<b>3 583</b>	<b>3 772</b>	<b>3 816</b>	<b>3 826</b>	<b>3 781</b>
Китай	4 509	4 470	4 836	5 486	5 809
Шри-Ланка	4 365	5 275	5 217	4 567	4 664
Кения	2 555	3 050	2 731	2 339	2 127
Индия	2 871	2 939	2 926	3 154	3 288
Польша	9 927	9 854	10 652	11 148	10 902
Германия	9 179	9 797	11 181	10 989	10 177
Вьетнам	1 653	1 570	2 749	1 710	1 571
ОАЭ	3 688	3 452	4 371	4 490	7 882

Источник: ITC Trade Map, код ТН ВЭД 0902



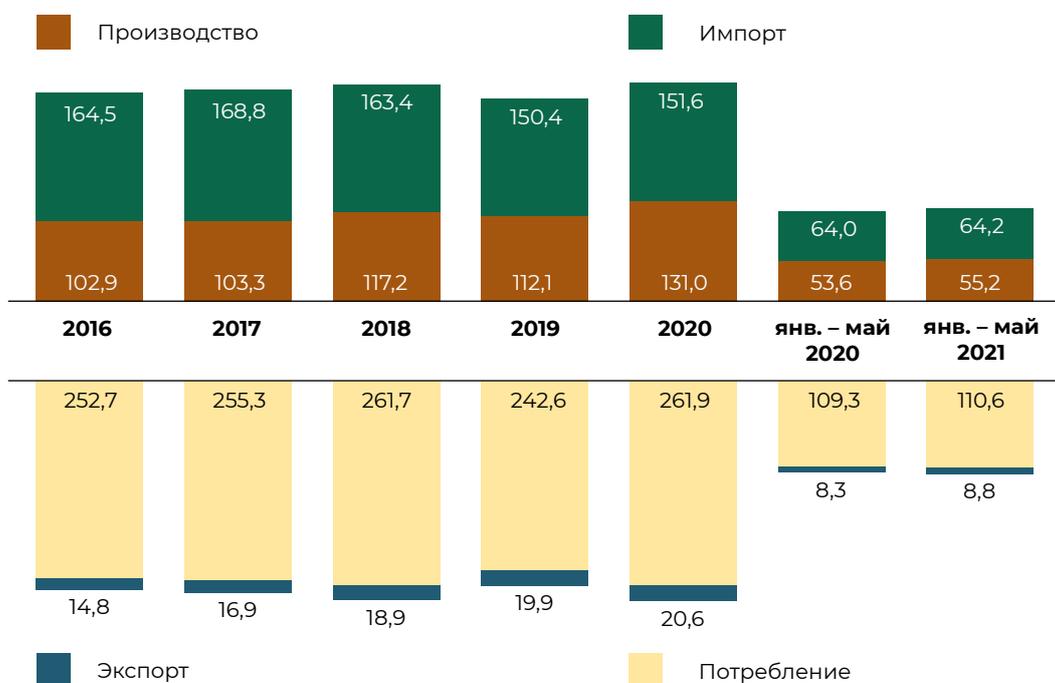
# Обзор российского рынка

Российский рынок чая за 2016–2020 гг. показывал положительную динамику за исключением 2019 г., когда объем потребления снизился на 7,3% к уровню 2018 г. и составил 242,6 тыс. тонн. По итогам 2020 г. потребление чая в России выросло на 8,0% к уровню предыдущего года и составило 261,9 тыс. тонн. **За январь – май 2021 г.** объем потребления чая на российском рынке составил 110,6 тыс. тонн, что на 1,2% выше аналогичного периода 2020 г.

В 2020 г. российскими предприятиями было произведено 131,0 тыс. тонн чая, что на 16,8% выше уровня предыдущего года. **За январь – май 2021 г.** производство также показало рост на 3,0% к аналогичному периоду прошлого года и составило 55,2 тыс. тонн.

В числе крупнейших российских производителей чая<sup>1</sup> можно назвать ООО «Юнилевер Русь» (Lipton), ООО «Орими» (Greenfield, TESS, Принцесса Нури), ООО «Фес Продукт» (MacTea), ООО «Май» (Майский) и др.

Баланс российского рынка чая, тыс. тонн



Источник: ФТС России, Росстат

Уровень самообеспеченности чаем в России по итогам 2020 г. составил порядка 42,1% (против 34,9% в 2016 г.), остальные потребности рынка восполняются за счет импортной продукции. Потребление на душу населения в России в 2020 г. составило 1,79 кг/чел.

<sup>1</sup> По объемам выручки за 2020 г. согласно данным СПАРК-Интерфакс.





Источник: ФТС России, Росстат



## Импорт России

Согласно данным ФТС России, импорт чая на российский рынок по итогам 2020 г. в натуральном выражении составил 151,6 тыс. тонн, (+0,8% к уровню предыдущего года) на сумму 412,6 млн долл. США (-3,2%).

**За январь – май 2021 г.** на российский рынок было импортировано 64,2 тыс. тонн на 184,2 млн долл. США, что на 0,3% в натуральном выражении и на 8,4% в стоимостном выше аналогичного периода 2020 г.



Источник: ФТС России, код ТН ВЭД 0902

По итогам 2020 г. в числе ключевых поставщиков чая на российский рынок были Шри-Ланка (30,0%), Индия (22,3%) и Кения (13,0%). На топ-8 стран в 2020 г. пришлось более 93% российского импорта чая.

**Основные страны-поставщики чая в Россию, 2020 г.**

Страна	Тыс. тонн	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %*
Шри-Ланка	31,8	123,6	30,0%
Индия	39,8	91,9	22,3%
Кения	23,8	53,8	13,0%
Китай	15,0	39,0	9,5%
Вьетнам	15,5	24,9	6,0%
ОАЭ	4,5	22,9	5,5%
Казахстан	3,2	14,4	3,5%
Индонезия	7,6	13,6	3,3%

Продолжение табл.

Страна	Тыс. тонн	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %*
Прочие страны	10,4	28,6	6,9%
<b>Итого</b>	<b>151,6</b>	<b>412,6</b>	<b>100,0%</b>

Источник: ФТС России, код ТН ВЭД 0902, \*сумма не равна 100% в виду округления

## Экспорт России

Российский экспорт чая растет на всем протяжении 2016–2020 гг. как в натуральном, так и в стоимостном выражении. В 2020 г. объем поставок российской продукции на зарубежные рынки составил 20,6 тыс. тонн, что на 3,5% выше уровня предыдущего года. Экспортная выручка в 2020 г. составила 105,9 млн долл. США (+1,9%).

**За январь – май 2021 г.** согласно данным ФТС России, было экспортировано 8,8 тыс. тонн чая на 45,4 млн долл. США, что на 6,0% в натуральном и на 5,1% в стоимостном выражении больше аналогичного периода 2020 г.



Источник: ФТС России, код ТН ВЭД 0902

Ключевыми потребителями российского чая в 2020 г. являлись страны СНГ: Беларусь, на долю которой в 2020 г. пришлось 26,4% российского экспорта в стоимостном выражении, а также Казахстан (16,5%). Осуществлялся экспорт чай в Израиль, Катар и другие страны.

### Основные страны-покупатели чая из России, 2020 г.

Страна	Тыс. тонн	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %*
Беларусь	5,2	28,0	26,4%
Казахстан	4,5	17,5	16,5%



Продолжение табл.

Страна	Тыс. тонн	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %*
Украина	2,5	14,8	13,9%
Азербайджан	1,1	5,7	5,4%
Молдавия	0,8	5,2	4,9%
Киргизия	1,2	5,2	4,9%
Израиль	0,7	3,0	2,8%
Катар	0,7	2,9	2,7%
Прочие страны	3,8	23,8	22,4%
<b>Итого</b>	<b>20,6</b>	<b>105,9</b>	<b>100,0%</b>

Источник: ФТС России, код ТН ВЭД 0902, \*сумма не равна 100% в виду округления

# Потенциал поставок чая из России

Россия является нетто-импортером чая (российский импорт превышает экспортные поставки в 5–6 раз в натуральном выражении) и стабильно входит в перечень Топ-3 крупнейших мировых импортеров.

Однако, несмотря на это, на протяжении последних лет наблюдается устойчивая положительная динамика экспортных поставок чая (увеличение поставок на зарубежные рынки в 2020 г. относительно 2016 г. составило 39,2% в натуральном выражении и 38,3% в стоимостном), что позволило России по результатам 2020 г. подняться на 11 место в рейтинге крупнейших экспортеров чая. В совокупности с текущими тенденциями мирового импорта российский экспорт чая может достигнуть **30 тыс. тонн (160 млн долл. США)**.

В качестве ключевых направлений сбыта следует рассматривать страны СНГ (в первую очередь, Беларусь, Казахстан, Киргизия) — рынки, которые характеризуются устойчивым спросом на российскую продукцию.

Также расширение географии поставок возможно за счет поставок в Китай, страны Персидского залива и Африки.

Объемы импорта перспективных для российского экспорта стран

Страна	Импорт, 2020 г.	
	Тыс. тонн	Млн долл. США
<b>Персидский залив</b>		
Саудовская Аравия	41,9	243,6
Иран	60,6	236,3
ОАЭ	57,7	164,9
Ирак	48,7	134,7
<b>Африка</b>		
Марокко	71,5	202,3
Египет	63,2	197,2
Гана	21,6	93,2
Алжир	15,0	49,6
Ливия	11,2	42,0
<b>Страны СНГ</b>		
Казахстан	29,3	101,2
Азербайджан	14,1	56,2
Узбекистан	32,0	42,2



Продолжение табл.

Страна	Импорт, 2020 г.	
	Тыс. тонн	Млн долл. США
Беларусь	6,2	33,1
Киргизия	9,9	12,1
<b>Азия</b>		
Китай	43,3	180,0

Источник: ITC Trade Map, код ТН ВЭД 0902



# Условия поставок чая

---

## **Чай является подкарантинной продукцией низкого фитосанитарного риска.**

Согласно мировой практике, при экспорте указанного вида продукции сопровождение ее фитосанитарным сертификатом или сертификатом, подтверждающим ее соответствие санитарно-гигиеническим требованиям, не является обязательным условием (за исключением случаев если это не установлено требованием национального законодательства стран-импортеров). Процедура экспорта такой пищевой продукции является одной из самых упрощенных среди сельскохозяйственной продукции.

Рассматривая экспорт данного вида продукции, стоит обратиться к правилам стран Европейского союза.

Главным документом Европейского союза в области безопасности пищевой продукции является **Регламент № 178/2002/ЕС**.

Данный регламент устанавливает общие принципы и требования в продовольственном праве, общие понятия пищевого законодательства на уровне ЕС, а также обеспечивает последовательный подход в развитии национального пищевого законодательства стран, входящих в ЕС.

Регламентом также учреждается Европейский орган по безопасности пищевых продуктов (EFSA — агентство Европейского союза, которое оказывает независимые консультации и предоставляет информацию по существующим и возможным рискам, связанным с продовольствием).

Согласно нормам **Регламента № 178/2002/ЕС**, пищевые продукты — это все вещества или продукция, которые предназначены для употребления человеком в пищу в переработанном, частично переработанном или не переработанном виде.

К пищевым продуктам относятся в том числе напитки, жевательная резинка, а также все вещества, включая воду, которые добавляют в пищевые продукты при их изготовлении, переработке или обработке.

К пищевым продуктам в ЕС не относятся:

- кормовые средства;
- живые животные, если они не приготовлены для потребления человеком в пищу;
- растения до сбора урожая;
- лекарственные средства в значении **Директив 65/65/ЕС и 92/73/ЕС**;
- косметические средства в значении **Директивы 76/768/ЕС**;
- табак и табачные изделия в значении **Директивы 89/622/ЕС**;
- наркотические и психотропные вещества в значении Конвенции ООН о наркотических веществах и Конвенции ООН о психотропных веществах;
- отходы и загрязняющие примеси.



## Принципы сертификации пищевой продукции в ЕС

**Принцип 1 — анализ риска.** Пищевое законодательство ЕС должно основываться на системе анализа риска. Под анализом риска понимают процесс, состоящий из трех взаимосвязанных этапов:

- оценка рисков (выявление опасностей, оценка проявления, а также характеристика рисков);
- управление рисками (взвешивание всех ЗА и ПРОТИВ возможных решений, учет оценки рисков и при необходимости выбор надлежащих контрольных мер);
- информирование о рисках (интерактивный обмен информацией и мнениями об опасностях и рисках между субъектами, ответственными за оценку и управление рисками, потребителями, предприятиями пищевой промышленности, научными кругами и другими заинтересованными сторонами).

**Принцип 2 — меры предосторожности.** В случаях, когда предварительно существует возможность вредного воздействия на здоровье, но научными данными это еще не подтверждено, могут быть предприняты временные меры по управлению риском до поступления дальнейшей научной информации для проведения более широкой оценки такого риска.

**Принцип 3 — защита интересов потребителей.** Пищевое законодательство ЕС направлено на защиту интересов потребителей и на предоставление им возможности делать компетентный выбор в отношении потребляемых продуктов. При этом должна быть предотвращена любая практика, способная ввести потребителя в заблуждение.

**Принцип 4 — принцип прозрачности.** В Регламенте № 178/2002/ЕС подчеркивается важная роль общественности, неправительственных организаций, отраслевых объединений.

При разработке, оценке и пересмотре пищевого законодательства должны проводиться открытые консультации с общественностью. Более того, если существуют достаточные основания подозревать, что пищевой продукт может представлять риск для здоровья, государственные органы в зависимости от характера, серьезности и масштабов риска принимают надлежащие меры по информированию населения об этом.

Все нарушения безопасности пищевой продукции в Европе попадают в систему RASFF — the Rapid Alert System for Food and Feed. **RASFF** — это система быстрого оповещения потребителей о пищевых продуктах и кормах. С помощью данной системы многие риски, связанные с безопасностью пищевых продуктов, заблаговременно предотвращаются до того, как они могли бы нанести вред потребителям. Информация о подделках и опасных товарах регулярно поступает на специально созданный интернет-портал Европейского союза<sup>2</sup>, где размещен архив всех ранее направленных уведомлений.

---

<sup>2</sup> <https://webgate.ec.europa.eu/rasff-window/screen/search>

Прежде чем поставлять продукцию в ЕС необходимо определиться, во-первых, со страной экспорта в ЕС, во-вторых, с конкретным ритейлером/торговой сетью или конечным потребителем. Это необходимо для определения специфики сертификации пищевой продукции, которая зависит от страны поставки и от требований конкретного покупателя/ритейлера. Например, требования METRO, АШАНа и прочих торговых сетей значительно различаются между собой. В одних сетях у поставщиков могут попросить сертификацию BRC, в других FSSC, а в третьих IFS. Дополнительно могут быть специфические стандарты для той или иной страны.

Основная проблема при поставке данного вида продукции заключается в том, что не существует универсальных требований. Для того, чтобы клиенту учесть все необходимые требования ЕС, необходимо отправить официальный запрос на требования по сертификации в конкретную торговую сеть той страны, в которую предполагается поставка, и только после получения официального ответа предпринимать действия по сертификации.

Существуют различные схемы сертификации в пищевой отрасли. Например, BRC — это стандарт, принятый производителями пищевой продукции по всему миру, особенно поставщиками британских ритейлеров.

**Единый стандарт BRC состоит из семи частей и предъявляет следующие требования к производителю:**

- принятие и внедрение на предприятии Системы анализа опасных факторов и критических контрольных точек (НАССР);
- наличие документированной и результативной системы менеджмента качества;
- контроль производственных стандартов, продукции, процессов и персонала.

Особенностью системы НАССР является то, что при ее помощи детально изучается каждый этап в производстве, хранении и доставке пищи, выявляются специфические риски и опасности, внедряются эффективные методы контроля и мониторинга.

В основе НАССР лежат **семь принципов**, последовательная реализация которых позволяет разработать, внедрить и успешно управлять системой НАССР на предприятии:

- проведение анализа опасностей;
- определение Критических Контрольных Точек (ККТ);
- определение критических пределов для каждой ККТ;
- установление системы мониторинга ККТ;
- установление корректирующих действий;
- установление процедуры ведения записей;
- установление процедур проверки системы НАССР.



**FSSC 22000** — международная схема сертификации системы менеджмента безопасности пищевых продуктов, требования которой базируются на:

- международном стандарте ISO 22000:2005;
- принципах HACCP;
- требованиях к программам предварительных условий, детально описанных в ISO/TS 22002-1:2009.

**IFS** — стандарт, разработанный немецкой и французской федерациями торговцев. Внедрение стандарта особенно важно для тех производителей, которые ориентированы на сотрудничество с продавцами брендовой продукции, а также их поставщиками. Требования стандарта построены на принципах HACCP, GMP (Good Manufacturing Practice), GLP (Good Laboratory Practice) и GHP (Good Hygiene Practice).

## **Этапы сертификации пищевой продукции в ЕС**

- анализ и оценка информации о самой продукции и месте ее производства;
- выезд специалистов на производство;
- отбор опытных образцов, необходимых для испытаний на показатели в соответствии с Предписаниями и Регламентами;
- анализ данных аудита производства и разработка рекомендаций, в случаях несоответствия процессов Регламенту;
- испытания отобранных образцов в специально аккредитованных лабораториях;
- выдача соответствующего Сертификата на продукцию, регистрация в Регистре ЕС.